

# Rynek Turystyczny

PISMO BIZNESU TURYSTYCZNEGO UKAZUJE SIĘ OD 1992 ROKU

ISSN 1230-2716 INDEKS 345709



## WYWIAD

### JESTEŚMY GOTOWI PRZYJĄĆ TURYSTÓW

Polska jest dla nas bardzo ważnym rynkiem turystycznym. W ubiegłym roku to właśnie w liczbie przyjazdów z Polski zanotowaliśmy najmniejszy spadek – mówi Haris Theoharis, minister turystyki Grecji

## HOTELE

### HOTELE W EUROPIE

Branżę hotelarską w Europie, pomimo stopniowego znoszenia obostrzeń, czeka ciężki rok, a powrót do obrotów sprzed pandemii będzie trwał dłużej, niż sądzono

## ŚWIAT BRANŻY

### NIEMIECKA TURYSTYKA PO PANDEMII

Niemiecka turystyka podsumowała ostatni, trudny pandemiczny czas i podejmuje działania, by odbudować się po pandemii. Pomóc mają w tym m.in. kampanie promocyjne

# KOŁOBRZEG

# Lidzbark Warmiński



## Lidzbark Warmiński wkrótce będzie uzdrowiskiem.

Lidzbark Warmiński znajduje się w samym sercu Warmii, której jest historyczną stolicą. Położony w malowniczych dorzeczach rzek Łyny i Symsarny, wyróżnia się unikalnym morenowym ukształtowaniem terenu i zdrowotnym mikroklimatem. Występują tu pokłady czystych wód termalnych i mineralnych, co w połączeniu z dziewiczą przyrodą i niewielką liczbą zakładów przemysłowych, nadaje miastu uzdrowiskowe właściwości. Wisienką na torcie jest Park Uzdrowski Doliny Symsarny, do którego można wejść wprost z miasta, a którego malownicze ścieżki zachęcają do spacerów, jazdy na rowerze i rekreacji na świeżym powietrzu. Znajdują się tu wiaty, ławki, parkingi dla rowerów, zespół kinezyterapii, ścieżka sensoryczna, a o lokalnej faunie i florze można przeczytać na tablicach informacyjnych.

Już przed wojną w Lidzbarku Warmińskim istniał Luftkurort i przyjeżdżali tu kuracjusze z całych Niemiec. Dziś postanowiono przywrócić miastu status uzdrowiska, realizując duże inwestycje uzdrowiskowe.

Pierwszą z nich jest budowa tężni o długości blisko 100 metrów, kształtem nawiązującej do ślimaka – symbolu Międzynarodowej Sieci Miast Dobrego Życia Cittaslow, której Lidzbark Warmiński jest członkiem już od 2006 roku. Wkrótce rozpocznie się drugi etap budowy uzdrowiska. W ramach projektu w pobliżu tężni powstanie pawilon zdrowia. Odtworzony będzie także zbiornik wodny, zwany „żabim stawem”, otoczony drewnianą ścieżką spacerową.

Lidzbark Warmiński jest miastem atrakcyjnym turystycznie i historycznie. Odwiedzający miasto znajdą tu wspaniałe zabytki, a wśród nich Zamek Biskupów Warmińskich – Pomnik Historii Prezydenta RP. Lubiący aktywny wypoczynek mogą skorzystać z tras rowerowych, pieszych, kajakowych, obiektów sportowych i rekreacyjnych. Bogata oferta kulturalna miasta zaspokoi wszelkie gusta. W sezonie letnim w Lidzbarku Warmińskim odbywają się m.in. Lidzbarskie Wieczory Humoru i Satyry, Lidzbarskie Wieczory Jazzowe, koncerty kameralne, warsztaty i festiwale muzyki klasycznej, Festiwal Kina Niezależnego czy Dni Miasta podczas których odbywają się koncerty gwiazd muzyki popularnej.

Przez miasto biegnie kilka szlaków turystycznych, w tym szlak rowerowy Green Velo, Szlak Kopernikowski, Szlak Miast Napoleońskich. Już wkrótce ruszy elektryczna komunikacja miejska, która dla mieszkańców i gości odwiedzających miasto będzie darmowa. Autobusem będzie można pojechać np. na znajdujące się tuż za miastem kąpielisko miejskie nad Jeziorem Wielochowskim.

Turystom, chcącym zatrzymać się na dłużej, miasto ma do zaoferowania bogatą ofertę hotelową. W centrum, na przedzamczu Zamku Biskupów Warmińskich, znajduje się piękny Hotel Krasicki\*\*\*\*. Hotel oferuje 250 miejsc noclegowych w 122 gotyckich i barokowych pokojach oraz apartamentach. Patronem Hotelu jest wybitny poeta i prozaik, mecenas sztuki, kolekcjoner, miłośnik ogrodów – Ignacy Krasicki. Jego osoba daje doskonały przykład łączenia klasy i wyrafinowania z panującą przyjazną, wręcz domową atmosferą. W Hotelu Krasicki Goście mogą delektować się kuchnią Szefa Krzysztofa Mazurka, rejsami gondolą, spotkaniami z astronomem czy zaciszem biblioteki. Szczególnie cenionym miejscem jest SPA św. Katarzyny połączone ze Strefą Wellness.

W pobliżu tężni znajdują się natomiast Termy Warmińskie i Hotel Górecki. Termy Warmińskie są pierwszym ośrodkiem termalnym zlokalizowanym na północy Polski. Obiekt ten, w wyjątkowy sposób łączy wysoki standard usług hotelowych z bogatą ofertą SPA. To doskonałe miejsce do wypoczynku i relaksu, zarówno dla tych, którzy aktywnie uprawiają sport, jak i dla tych, którzy mają ochotę na chwilę wytchnienia od codzienności. Obiekt składa się z części sportowej i rekreacyjnej, w której korzystać można z szeregu atrakcji wodnych. Są to m.in. baseny, zjeżdżalnia multimedialna z efektami świetlnymi i akustycznymi, hydromasaże, bicze wodne, a także strefa saun.

*Zapraszamy do Lidzbarka Warmińskiego*



# Rynek Turystyczny

nr 4/5 (423) kwiecień/maj 2021

## Kalejdoskop

**5...WIADOMOŚCI Z SZEROKO ROZUMIANEJ BRANŻY TURYSTYCZNEJ**

## Targi, imprezy

**11 ZAPOWIEDZI, PODSUMOWANIA, RELACJE**

## Świat branży

**14 WYWIAD**

Polska jest dla nas bardzo ważnym rynkiem turystycznym. W ubiegłym roku to właśnie w liczbie przyjazdów z Polski zanotowaliśmy najmniejszy spadek – mówi Haris Theoharis, minister turystyki Grecji

**30 WYWIAD**

W tym roku otworzyliśmy się 7 maja i mamy nadzieję pracować aż do końca sezonu, który zwykle trwa u nas do początku listopada – mówi Michele Benemio z hotelu Il Villaggio Albergo Le Tre Isole

**32 NIEMIECKA TURYSTYKA PO PANDEMII**

Zbigniew Adamów-Bielkowicz

Niemiecka turystyka podsumowała ostatni, trudny pandemiczny czas i podejmuje działania, by odbudować się po pandemii

**36 WYWIAD**

Czasem ludzie dopytywali się, skąd jesteśmy, bo mówili, że już są w trzech internetach, np. w Krakowie, Wrocławiu i Warszawie – wspomina Witold Markow, współzałożyciel portalu NadMorze.pl

**38 WYWIAD**

Brak możliwości organizacji wakacji w nadchodzącym sezonie letnim byłby (bez dodatkowej pomocy) bardzo dużym wyzwaniem dla całego rynku – mówi Mirosław Sikorski, prezes zarządu Biura Podróży i Turystyki „Almatur-Polska”

**44 PODZIEMIA TURYSTYCZNE W OLKUSZU POD RYNKIEM STAREGO MIASTA**

Albin Marciniak

Po blisko dekadzie od odkrycia zabytkowych piwnic podziemia w Olkuszku zostają udostępnione zwiedzającym

**48 CZESKIE „NAJ”**

Opr. redakcja

Najwyższa góra, najgłębsza jaskinia, najdłuższa grobla, najszerzy kościół... Prezentujemy kilka czeskich rekordów architektonicznych i geograficznych

## Prezentacje

**20 MALTA ZNÓW ZAPRASZA MIĘDZYNARODOWYCH TURYSTÓW**

Andrzej Jarczewski

Malta należy do krajów, w których udział turystyki w gospodarce jest na tyle znaczący, że kolejny rok z pełnymi ograniczeniami byłby dla gospodarki wyspy poważnym problemem



**24 STUPOSIANY – MIEJSCE, W KTÓRYM MOŻNA DOTKNAĆ BIESZCZADÓW**

Zbigniew Adamów-Bielkowicz

Choć z jednej strony reklamowanie Bieszczadów i ich pogórza wydaje się zbędne, to jednak wbrew pozorom wiedza o ofercie tej części Polski często jest pobieżna i nieaktualna oraz stereotypowa

## Prawo

**35 UNIJNY PASZPORT COVID OD 1 LIPCA?**

Andrzej Jarczewski

Komisja z zadowoleniem przyjmuje wstępne porozumienie polityczne między Parlamentem Europejskim a Radą w sprawie rozporządzenia regulującego unijne cyfrowe zaświadczenie COVID-19

## Hotele

**40 HOTELE W EUROPIE – TRUDNY POWRÓT**

Opr. Andrzej Jarczewski

Branżę hotelarską w Europie, pomimo stopniowego znoszenia obostrzeń, czeka ciężki rok

FOT. NA OKŁADCE: REGIONALNE CENTRUM KULTURY W KOŁOBRZEGU IM. Z. HERBERTA



## Od redakcji

To nie będzie normalny sezon. Ważne jednak, że w ogóle będzie, bo jeszcze niedawno nie było to wcale oczywiste.

Trzeba jasno sobie powiedzieć, że turystyka nie powróci do stanu sprzed pandemii tak szybko i łatwo. Tempo powrotu różnych jej segmentów będzie na pewno różne. O ile turystyka krajowa powinna zanotować całkiem dobry, jak na okoliczności, sezon, o tyle już zagraniczna, a zwłaszcza czarterowa (o odległych kierunkach nawet nie mówiąc), tak łatwo nie wróci do ruchu sprzed pandemii. Zapewne znacznie wzmocni się – już wcześniej obserwowany w Europie – trend rosnącej popularności podróży po Starym Kontynencie. To może być szansa dla Polski, żeby przyciągnąć do siebie turystów. Mamy interesującą i różnorodną ofertę, a nasze miasta i regiony mają czym zainteresować zagranicznych gości. Każdy kryzys paradoksalnie jest dla niektórych szansą. W tym przypadku tak właśnie jest. Jedni stracą, ale inni mogą zyskać. Dobrze by było, żebyśmy znaleźli się w grupie tych, którzy jednak w długiej perspektywie zyskają. To jednak zależy od nas samych i oferty, jaką stworzymy, bo oczekiwania turystów na pewno również się zmienią.

Nasi sąsiedzi zza Odry najwyraźniej to widzą i planują aż trzy kampanie promocyjne, które mają przyciągnąć do nich zagranicznych turystów, wśród których zresztą bardzo ważną i liczną grupę stanowią Polacy, o czym między innymi piszemy w tym numerze. I mamy nadzieję, że teraz będziemy pisać już tylko o coraz lepszych wynikach, nie zaś o stratach i ograniczeniach.

redaktor naczelny  
Zbigniew Adamów-Bielkowicz

# Malta

## – pierwszy kraj w UE,

### który osiągnął odporność stadną

**Dwa tygodnie temu Malta, jako pierwszy kraj w Unii Europejskiej, rozpoczęła szczepienia młodych osób, które ukończyły 16. rok życia. W poniedziałek 24 maja 70 proc. dorosłej populacji było już zaszczepione przynajmniej jedną dawką szczepionki przeciwko COVID-19, a 42 proc. społeczeństwa przyjęło dwie dawki.**

Oznacza to, że Malta została pierwszym krajem w Unii Europejskiej, który osiągnął odporność stadną, i to znacznie wcześniej niż przewidywano. Maltański Narodowy Program Szczepień spowodował gwałtowny spadek dziennej liczby nowych zachorowań na COVID-19. W ciągu ostatnich 17 dni również uległa zahamowaniu liczba zgonów oraz odnotowano spadek aktywnych przypadków COVID-19.

– Osiągnięcie przez Maltę odporności stadnej na COVID-19 ma ogromne znaczenie dla lokalnej gospodarki, zwłaszcza dla sektora turystycznego. Strategia rządu maltańskiego polegająca na intensywnym tempie szczepień oraz przestrzeganiu obostrzeń, które mają być stopniowo łagodzone, wpłynęły na ten sukces. Nasz kraj wciąż będzie monitorował sytuację związaną z wirusem, ale jednocześnie zapewniamy, że maltańska branża turystyczna w erze postpandemicznej stanie się zrównoważonym sektorem gospodarki – powiedział Clayton Bartolo, minister turystyki i ochrony konsumentów.

– Dzisiejszy sukces daje nam motywację, której wszyscy potrzebujemy, ponieważ od 1 czerwca będziemy z powrotem witać turystów na Wyspach Maltańskich. Osiągnięcie stadnej odporności z pewnością będzie dodatkową zachętą dla podróżnych szukających odpoczynku, a co najważniejsze – bezpiecznych wakacji – dodał Johann Buttigieg, dyrektor generalny Malta Tourism Authority. ●

FOT. MALTA TOURISM AUTHORITY

## Są wytyczne dla organizatorów wycieczek dzieci i młodzieży

Organizatorzy wycieczek dzieci i młodzieży do-  
czekali się wytycznych, na podstawie których mogą  
przygotować swoje imprezy.



Ministerstwo Edukacji i Nauki we współpracy z głównym inspektorem sanitarnym i Ministerstwem Zdrowia przygotowało wytyczne dla organizatorów wycieczek letniego dzieci i młodzieży. Zalecenia zostały opracowane, aby zwiększyć bezpieczeństwo i minimalizować ryzyko zakażenia podczas zorganizowanego wycieczki w czasie epidemii COVID-19.

Organizacja letniego wycieczki dzieci i młodzieży będzie możliwa w reżimie sanitarnym i z zachowaniem zasad bezpieczeństwa. Aby ograniczyć ryzyko zakażenia wśród uczestników wycieczki oraz kadry, Ministerstwo Edukacji i Nauki we współpracy z głównym inspektorem sanitarnym i Ministerstwem Zdrowia przygotowało wytyczne sanitarne. Zostały one podzielone na cztery części:

- zapewnienie bezpieczeństwa uczestnikom podczas wycieczki,
  - zapewnienie bezpieczeństwa w obiektach wycieczki,
  - procedury zapobiegawcze: podejrzenie zakażenia koronawirusem uczestników wycieczki, kierownika, wychowawcy lub innej osoby, z którą zawarto umowę o pracę, umowę cywilnoprawną lub umowę wolontariacką dotyczącą wykonywania zadań podczas wycieczki,
  - procedury postępowania w razie podejrzenia zakażenia u osoby mającej kontakt w ciągu ostatnich 10 dni z osobą zakażoną koronawirusem.
- Szczegóły znajdują się na stronie MEN. ●

## TMR z kolejnym ośrodkiem w Austrii

Tatry Mountain Resorts, słowacka firma zarządzająca ośrodkami narciarskimi i parkami rozrywki, od 1 maja stała się właścicielem kolejnego ośrodka narciarskiego w Austrii. Nowy nabytek to ośrodek Muttereralm położony w Tyrolu, 10 km od Innsbrucku.

Firma TMR kupiła Muttereralm Bergbahnen, która zarządza kurortem Muttereralm, od Izby Turystycznej w Innsbrucku (głównego udziałowca) oraz miejscowości Götzens i Mutters za 3,25 mln euro. Umowa została podpisana 16 grudnia 2020 r. TMR przejął spółkę 1 maja 2021 r. – Zdecydowaliśmy się dołą-

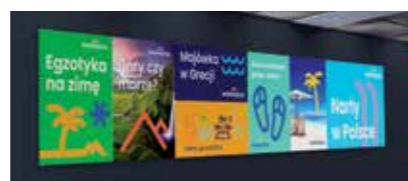
czyć do ośrodka ze względu na perspektywę jego połączenia z sąsiednim kurortem Axamer Lizum oraz możliwość ewentualnego połączenia z innym lodowcem w przyszłości. Jednak cały ośrodek ma ciekawy potencjał nie tylko zimą, ale i latem. Dlatego chcemy go dalej rozwijać, tak jak zadeklarowaliśmy w Austrii. Poza tym przejście doskonale wpisuje się w naszą strategię rozszerzenia GOPASS na inne ośrodki – powiedział Igor Rattaj, prezes zarządu TMR.

Wsie Götzens i Mutters oraz Izba Turystyczna w Innsbrucku zdecydowały się sprzedać ośrodek w celu zapewnienia jego dalszego rozwoju, ale także ze względów ekonomicznych. Bardzo ważne jest to, że zapłata kolejnej części ceny zakupu uzależniona jest od dotacji Izby Turystycznej w Innsbrucku na połączenie Muttereralm z sąsiednim ośrodkiem Axamer Lizum (40 km tras narciarskich, 10 kolejek linowych i wyciągów). Ośrodek Muttereralm położony jest w bardzo atrakcyjnej okolicy, zaledwie 10 km od centrum Innsbrucku. To już trzeci ośrodek w Austrii nabyty przez TMR. Od roku 2019 firma jest właścicielem ośrodków Mölltaler Gletscher oraz Ankogel w Karyntii. W Polsce spółka jest właścicielem m.in. Szczyrk Mountain Resort. ●



## Wakacje.pl z nowym logo i identyfikacją wizualną

Wakacje.pl zmieniają logotyp i wprowadzają nowy system identyfikacji wizualnej marki.



Polaków. Za koncept i wdrożenie odpowiada agencja BNA. Nowe logo i identyfikacja wizualna z kompleksowym językiem piktogramów, ikonografii, nową paletą kolorystyczną, odświeżony branding audio i nowy claim to odpowiedź na potrzebę wzmocnienia świadomości roli i możliwości, jakie dają Wakacje.pl w całym procesie wyboru wakacji przez tysiące Polaków.

– Wakacje.pl są miejscem, gdzie dla setek tysięcy Polaków zaczynają się wakacje. Towarzyszymy klientom na każdym etapie ścieżki zakupowej, ułatwiając wybór miejsca na urlop, zamieniając nieefektywne poszukiwanie w gąszczu możliwości na łatwe i przyjemne porównanie ofert, zakończone szybkim i bezpiecznym zakupem. Nasi klienci mogą z naszą pomocą planować wymarzony urlop, kiedy chcą, gdzie i jak chcą, w pełni bezobsługowo, ze wsparciem doradcy infolinii czy też w salonie stacjonarnym. Wizualna strona naszej marki musi korespondować z nowoczesnością i wygodą procesów, które oferujemy – mówi Dariusz Górnzy, prezes zarządu Wakacje.pl. ●

FOT. PIXABAY, MATERIAŁY PRASOWE

## WODNY WYPOCZYNEK W STRZELINIE I OKOLICACH

Na turystów odwiedzających ziemię strzeleńską czekają nie tylko piesze i rowerowe szlaki, cenne zabytki i geoatrakcje, ale również nowoczesny aquapark oraz ośrodek wypoczynkowy z licznymi wodnymi atrakcjami.

Zmodernizowany, całoroczny Ośrodek Wypoczynkowy Nad Stawami w Białym Kościele to doskonałe miejsce dla szukających relaksu i aktywnego wypoczynku nad wodą. W sezonie letnim, od czerwca do sierpnia, jest w nim dostępne m.in. kąpielisko z dużą plażą oraz wypożyczalnia sprzętu wodnego. Goście mogą korzystać z kajaków oraz rowerów wodnych. Dla dzieci przygotowano basen ze zjeżdżalnią, a nad bezpieczeństwem kąpiących czuwają profesjonalni ratownicy. Dla gości przygotowano nowoczesne 6-osobowe domki z bezpłatnym internetem oraz bogatym wyposażeniem, a klienci mogą korzystać m.in. z wypożyczalni rowerów. Ośrodek w Białym Kościele to również prawdziwy raj dla wędkarzy, korzystających ze stawu, sąsiadującego ze zbiornikiem kąpielowym.

Poza sezonem, z ośrodka korzystają m.in. lokalne „morsy” a morsowanie odbywa się w cywilizowanych warunkach, z zachowaniem zasad bezpieczeństwa. Wodnych atrakcji nie brakuje również w samym Strzelinie, gdzie działa Aquapark Granit. W lecie można tu także skorzystać z odkrytego basenu kąpielowego. Dla klientów aquaparku przygotowano: baseny – pływacki i rekreacyjny (z masażami wodnymi), 72-metrową zjeżdżalnię, wanny jacuzzi, sauny, grotę solną, siłownię oraz restaurację.



## Więcej osób wyjedzie na wakacje

**Tak jak przed rokiem, zdecydowana większość ankietowanych przez BIK Info Monitor (75 proc. obecnie wobec 77 proc. w 2020 r.) deklaruje, że spędzi urlop w kraju, a tylko co czwarta osoba planuje wyjazd zagraniczny.**

Bardzo duża popularność urlopów w Polsce to po części efekt uboczny pandemii. Co szósty badany (17 proc.) mówi, że gdyby nie okoliczności, chętnie wyjechałyby za granicę, ale tym razem tak nie robi. Zagraniczne wakacje planuje średnio 32 proc. osób deklarujących dobrą sytuację materialną, choć jednocześnie na taką formę wypoczynku decyduje się 21 proc. osób o przeciętnej lub złej sytuacji materialnej.



Urlopy w kraju znacznie częściej planujemy we własnym zakresie. 66 proc. osób deklarujących chęć wyjazdu wakacyjnego uważa, że nie potrzebuje do tego usług wyspecjalizowanych biur. Jedynie co

dziesiąty przyznaje, że taka pomoc będzie mu potrzebna. Tymczasem wśród wyjeżdżających w odległe miejsca z usług touroperatorów korzysta więcej niż połowa. Ogółem wycieczkę z katalogów biur turystycznych zamierza wybrać 22 proc. badanych. Chętnych byłoby więcej, gdyby nie 11 proc. ankietowanych, którzy zazwyczaj jeździli z biurami, ale tym razem chcą sobie poradzić samodzielnie.

Wśród wynikających z pandemii zmian w wakacyjnych zwyczajach, począwszy od wyboru miejsca wyjazdu, poprzez sposób organizacji, do finansów, widać, że obok wymienionej wcześniej rezygnacji z dotychczas praktykowanych dłuższych wyjazdów zagranicznych na rzecz wypoczynku w kraju (17 proc.) i chęci samodzielnego zorganizowania wyjazdu (11 proc.) kluczowe stało się ograniczanie kontaktów społecznych: 30 proc. szuka miejsc wypoczynku, w których nie ma tłumów, a 18 proc. planuje wyjazdy w mniejszym niż wcześniej gronie. Jeśli chodzi o wpływ na finanse, 12 proc. wskazuje, że pandemia oznacza dla nich niższy budżet wakacyjny, jedynie 4 proc. odpowiada przeciwnie. Jednocześnie co czwarty dorosły Polak myślący o dłuższym wyjeździe deklaruje, że pandemia nie ma żadnego wpływu na jego plany.

Aż 34 proc. deklaruje, że szczepienia nie wywierają żadnego wpływu na ich decyzje wakacyjne, choć konkretnych planów jeszcze nie mają. Kolejne 18 proc. mówi o urlopowaniu, nawet jeśli wcześniej do szczepienia nie dojdzie. Po przeciwnej stronie jest jedynie 14 proc. warunkujących swoje podróże przyjęciem pełnej ochrony i 5 proc. liczących na przyjęcie przed wyjazdem przynajmniej jednej dawki. 11 proc. albo przechorowało COVID-19, albo przyjęło pełną dawkę uodporniającą. Większym przekonaniem do konieczności ochrony szczepieniem przed wyjazdem wykazują się osoby starsze – tak mówi 24 proc. badanych od 45. do 54. roku życia i 31 proc. powyżej 55. W młodszych grupach ten odsetek nie przekracza 16 proc. ●

## Śmieci?! Kto to widział?!

Tatrzański Park Narodowy rusza z ogólnopolską akcją, której celem jest budowanie ekologicznej świadomości oraz inspirowanie Polaków do zadbania o środowisko naturalne. Kampania ma za zadanie uświadomić ludziom, że niewłaściwe postępowanie ze śmieciami niszczy dziką przyrodę. Człowiek ma bezpośredni wpływ na swoje otoczenie, a skutki nieprzemysłowego zachowania są dla środowiska naturalnego bardzo często nieodwracalne. Celem kampanii jest kształtowanie właściwej postawy poprzez dostarczenie praktycznych wskazówek i zmobilizowanie do aktywnego rozwiązywania tego problemu.

Ponieważ śmieci pozostawiane są nie tylko w górach, ale także na plażach czy nad jeziorami i rzekami, więc kampania edukacyjna ma charakter ogólnopolski. Za przykład zaś ma posłużyć Tatrzański Park Narodowy, z którego co roku trzeba usunąć kilkaset metrów sześciennych odpadów pozostawianych przez turystów.

Kampania będzie realizowana od maja do września br. z wykorzystaniem wielu narzędzi edukacyjnych i kanałów informacyjnych. Skierowana jest do różnych grup odbiorców, by każdy, niezależnie od poziomu wiedzy i zaangażowania w temat ochrony środowiska czy też wieku, mógł znaleźć interesujące dla siebie treści. Kampania obejmuje również OOH, czyli citylighty, rowery



miejskie, autobusy. Planuje się także spoty radiowe, których zadaniem będzie uświadomienie Polakom problemów związanych z zaśmiecaniem środowiska. Warto śledzić stronę ktotowidzial.pl oraz profile Tatrzańskiego Parku Narodowego w social mediach, m.in. na Facebooku i Instagramie. Dzięki nim można nie tylko pogłębić wiedzę o przyrodzie, ale także dowiedzieć się o konkursach i proekologicznych aktywnościach na terenie parków i rezerwatów przyrody. Przewiduje się pięć konkursów promujących zachowanie proekologiczne w różnych grupach społecznych.

Projekt obejmuje wiele rozmaitych działań, które łączy jeden cel i wspólne przesłanie: wzrost świadomości ekologicznej Polaków oraz aktywizacja społeczeństwa i kształtowanie ekologicznych postaw, co pozwoli zminimalizować problem ogromnego zaśmiecania środowiska i nadmiernej produkcji odpadów, powodującej katastrofalne skutki dla przyrody. ●

FOT. MATERIAŁY PRASOWE, PIXABAY



## Hiszpania liberalizuje zasady wjazdu od 7 czerwca

**Hiszpania otwiera się dla bezpiecznej turystyki międzynarodowej – przyjmuje wszystkich zaszczepionych turystów od 7 czerwca i przystępuje do europejskiego systemu certyfikatów cyfrowych COVID-19 od 1 lipca.**

Premier rządu Hiszpanii zapowiada, że od 7 czerwca wszystkie osoby posiadające pełne szczepienie jedną ze szczepionek zatwierdzonych przez EMA lub WHO będą mogły podróżować do Hiszpanii, niezależnie od kraju pochodzenia. Ponadto od 24 maja Hiszpania zezwala na wjazd bez żadnych wymagań zdrowotnych turystom z Wielkiej Brytanii oraz dziewięciu innym krajów uznanych za bezpieczne.

Hiszpania dołącza do cyfrowego certyfikatu COVID-19 od 1 lipca. Główne cechy tego certyfikatu to jego prostota, jednolitość, dostępność, bezkosztowość i operacyjność we wszystkich krajach Unii Europejskiej. Kod QR zawarty w tzw. unijnym certyfikacie cyfrowym dostarczy informacji, czy podróżująca osoba jest zaszczepiona, przeszła chorobę lub ma negatywny wynik PCR.

Od 7 czerwca obywatele UE, w tym Polacy, z wykonanym pełnym harmonogramem szczepień na co najmniej 14 dni przed wylotem lub z zaświadczeniem przebycia choroby COVID-19 będą mogli wjechać do Hiszpanii bez konieczności wykonania testu PCR, nawet jeśli ich kraje czy regiony znajdują się w strefie zagrożenia epidemicznego (w skali kolorów mapy sygnalizacji świetlnej Europejskiego Centrum ds. Zapobiegania i Kontroli Chorób są zaznaczone na pomarańczowo, czerwono lub ciemnoczerwono). Kiedy zaczną obowiązywać europejski certyfikat cyfrowy, czyli po 1 lipca, zaświadczenia te będą również akceptowane w formacie cyfrowym.

Od 7 czerwca turyści z krajów spoza UE nieuwzględnieni na poprzedniej liście będą mogli podróżować do Hiszpanii, jeśli zakończyli harmonogram szczepień co najmniej 14 dni przed podróżą. Akceptowane będą świadectwa szczepień w formie papierowej wydane w języku hiszpańskim lub angielskim, jeśli podana szczepionka jest jedną z tych, które zostały zatwierdzone przez Europejską Agencję Leków (EMA) lub znajdują się na liście WHO do stosowania w nagłych wypadkach. Niezaszczepione osoby małoletnie mogą wjechać do Hiszpanii z negatywnym wynikiem PCR (dzieci poniżej szóstego roku życia są zwolnione z testu). Akceptacja zaszczepionych obywateli z krajów spoza UE bez dodatkowych wymagań sanitarnych może zostać cofnięta w razie pogorszenia się sytuacji epidemiologicznej w kraju pochodzenia lub rozpowszechnienia wariantów koronawirusa. ●

FOT. PIXABAY

wsluchani w historię



## MUZEUM OBRONY PRZECIWLOTNICZEJ im. płk Stanisława Paszkiewicza

Muzeum jest zamiejscowym oddziałem Muzeum Sił Powietrznych w Dęblinie - państwowej instytucji kultury Ministerstwa Obrony Narodowej. Filia kontynuuje tradycje placówki muzealnej utworzonej w 1976 roku przy ówczesnej Wyższej Szkole Oficerskiej Wojsk Obrony Przeciwlotniczej (obecnie CSSP w Koszalinie).



Wystawa stała HISTORIA POLSKIEJ BRONI PRZECIWLOTNICZEJ prezentuje uzbrojenie i sprzęt będący na wyposażeniu Wojsk Obrony Przeciwlotniczej. W zbiorach muzeum znajduje się wiele unikatowych eksponatów broni palnej, a także archiwalia dotyczące działalności wojsk OPL. Również miłośnicy historii regionu znajdą tu pamiątki po koszalińskich jednostkach wojskowych.

W sezonie letnim zapraszamy do zwiedzania samolotu pasażerskiego Jak-40.

**HISTORIA BRONI PRZECIWLOTNICZEJ**  
rozwoj polskiej broni przeciwlotniczej od 1919 roku do współczesności

**DZIEJE SZKOLNICTWA WOJSKOWEGO**  
pamiątki i tradycje jednostek wojskowych Koszalin

**PATRON MUZEUM**  
płk Stanisław Paszkiewicz pierwszy Komendant Oficerskiej Szkoły Artylerii Przeciwlotniczej w Koszalinie



75-903 Koszalin, ul. Wojska Polskiego 70  
tel. +48 732 885 102, muzeumopl@muzeumsp.pl



## 530 mln dol. na turystykę w Arabii Saudyjskiej

Saudyjski Fundusz Rozwoju Turystyki (TDF) we współpracy z Riyadh Bank uruchomił program „Tourism Partners”. Fundusz będzie dysponował kapitałem wysokości do 2 mld riali saudyjskich (SR), czyli 530 mln dol., który będzie wspierał rozwój projektów turystycznych w Arabii Saudyjskiej.



Jest to pierwszy w królestwie program tego rodzaju, w którym sektor publiczny i prywatny współpracują, zapewniając najwyższe standardy zarządzania, aby osiągnąć zakładane cele.

TDF wprowadził w programie trzy produkty, których celem jest zaspokojenie potrzeb finansowych firm różnej wielkości w sektorze prywatnym oraz umożliwienie rozwoju obiektów turystycznych i działalności w kluczowych miejscach w królestwie. Każdy produkt zapewnia finansowanie od 1 mln SR (ok. 267 tys. dol.) do ponad 100 mln SR (ok. 2,67 mln dol.) dla projektów, z opcjami wahającymi się od bezpośredniego wsparcia z TDF do współfinansowania przez Riyadh Bank, a także gwarancjami do 90 proc. wartości inwestycji.

Program ma umożliwić rozwój do 113 projektów turystycznych w całym królestwie w trzech kategoriach i skierowanych do siedmiu miejsc docelowych określonych w Narodowej Strategii Turystyki. ●

## General aviation notuje wzrost

W ubiegłym roku „małe lotnictwo” zanotowało w Polsce wzrost o 6,6 proc. To głównie efekt pandemii i wstrzymania ruchu międzynarodowego, przez które dla wielu zamożnych klientów prywatne loty stały się jedyną opcją przemieszczania się, np. w celach służbowych. Według prognoz ruch GA czeka rozwój także po pandemii, napędzany m.in. rozwojem turystyki premium i podróżami służbowymi, a także rozbudową infrastruktury lotniczej w całym kraju.

– Pandemia wpłynęła bardzo korzystnie na rynek general aviation. Spowodowała, że ta dziedzina lotnictwa po prostu rozkwitła. Dzięki możliwości korzystania z transportu dyspozycyjnego pasażerowie odbywali podróże, które byłyby niemożliwe do zrealizowania liniami rejsowymi – mówi agencji „Newseria Biznes” Anita Lisowska, dyrektor działu sprzedaży i marketingu w General Aviation Services. – Pik, w którym poczuliśmy, że naprawdę ruszamy, rozpoczął się w czerwcu 2020 r., kiedy zarówno nowi, jak i dotychczasowi klienci zgłaszali się do nas przez cały czas, pytając o możliwość odbycia podróży wakacyjnych, żeby po prostu trochę odpocząć z rodziną w miejscowościach, gdzie np. posiadają swoje wille, albo biznesowych, żeby móc utrzymać ciągłość swojego biznesu – wyjaśnia.



Przewiduje się, że ruch general aviation czeka szybki rozwój także po pandemii COVID-19, wskutek rozwoju m.in. turystyki premium (zwłaszcza że linie lotnicze tną w tej chwili swoje siatki połączeń na mniej popularnych trasach) i podróży służbowych. Obecnie to właśnie klienci biznesowi dominują na rynku GA.

Jak twierdzi ekspertka, mimo wciąż relatywnie niskiej dojrzałości krajowego rynku, infrastruktura dla general aviation jest w Polsce dość dobrze rozwinięta. Wiele portów lotniczych – i tych głównych, i tych mniejszych – posiada oddzielne terminale dla ruchu GA, saloniki VIP albo chociażby tzw. fast tracki. Dzięki temu pasażerowie, którzy latają na pokładach małych odrzutowców, mogą swobodnie i bez kolejek po prostu przejść check-in i dostać się na pokład.

– Cieszy też to, że porty myślą o hangarach. Są one potrzebne w każdym porcie komunikacyjnym w Polsce, ponieważ właściciele prywatnych odrzutowców czy samolotów turbośmigłowych z roku na rok przybywa. Widać bardzo duży przyrost liczby posiadaczy własnych maszyn, którzy potrzebują mieć gwarancję, że one będą w należyty sposób hangarowane. Dlatego też porty takie jak Bydgoszcz, Katowice czy Gdańsk, ale także mniejsze, jak Białystok czy Suwałki, już jakiś czas temu rozpoczęły inwestycje w tym zakresie – mówi Anita Lisowska. Zgodnie z Rejestrem Lotnisk Cywilnych prowadzonym przez ULC (stan na początek grudnia 2020 r.) w Polsce znajdują się 64 lotniska, w tym 14 lotnisk użytku publicznego, dziewięć lotnisk użytku publicznego o ograniczonej certyfikacji, 25 – lotnisk użytku publicznego niepodlegających certyfikacji oraz 16 lotnisk użytku wyłącznego. ●

FOT. MATERIAŁY PRASOWE, PIXABAY

## Targi Atrakcje Regionów w Chorzowie



Impreza odbędzie się w tym roku 11-13 czerwca.

Tradycyjnie miejscem organizacji targów będzie Park Śląski, a konkretnie domki w nim zlokalizowane.

Jak co roku impreza będzie dla gości okazją do zapoznania się z prezentacjami regionów, degustacji potraw regionalnych, obejrzenia wystaw sprzętu turystycznego czy wreszcie do spotkań z wyjątkowymi ludźmi. ●



## Spotkamy się w Szczecinie



Piknik nad Odrą odbywa się tradycyjnie na nabrzeżu Odry w Szczecinie.

Impreza organizowana jest od 17 lat. Tylko w 2019 r. uczestniczyło w niej prawie 100 tys. osób. Tegoroczna edycja odbędzie się 19 i 20 czerwca. W tym roku obchodzone jest również 30-lecie Targów Turystycznych Market Tour. Targi te już od kilkunastu lat funkcjonują jako główna strefa Pikniku nad Odrą. Zaprezentują się na nich zarówno lokalni wystawcy, jak i ci z miejsc mniej lub bardziej (niekiedy nawet bardzo) odległych.

Gości powitają również inne strefy: Zatoka Podróży, Park Czasu Wolnego, Jarmark Rozmaitości, Aleja Produktów Tradycyjnych, Strefa Browarów Rzemieślniczych czy Wesołe Miasteczko. ●

FOT. MATERIAŁY PRASOWE



fol. R. Donlca

## MUZEUM IM. KAZIMIERZA PUŁASKIEGO W WARCE

– zespół pałacowo-parkowy

Niegdyś wieś Winiary, dziś dzielnica, usytuowana w północno-wschodniej części Warki, na skarpie nad rzeką Pilicą, tylko 50 km na południe od Warszawy. To miejsce niezwykle, które warto odwiedzić.

W otoczeniu starych drzew zabytkowego parku stoi biały klasycystyczny pałacyk z poł. XIX w. Jego pierwsze założenia sięgają XVII w. Przez ponad trzysta lat szlachecki dom w Winiarach zmieniał często właścicieli i tętnił życiem. Wraz z kolejnymi mieszkańcami, przekształcał swój kształt architektoniczny i wystrój. Dziś, po wielkim remoncie, odzyskał dawny blask i ze staropolską gościnnością zaprasza. Muzeum im. Kazimierza Pułaskiego otwarto tu w 1967 roku, na cześć najbardziej znanego mieszkańca Winiar – Kazimierza Pułaskiego – polsko-amerykańskiego bohatera walk o niepodległość obu narodów. Poznasz tu nie tylko losy słynnego Kazimierza, ale także innych wielkich Polaków, którzy emigrowali do Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej (Tadeusza Kościuszki, Juliana Ursyna Niemcewicza, Heleny Modrzejewskiej czy Ignacego Jana Paderewskiego). W Winiarach poczujesz atmosferę domu polskiego szlachcica, odpoczniesz obserwując dziewiczą przyrodę, posłuchasz szumu starych drzew i śpiewu ptaków. Swoisty genius loci przyciąga tu gości każdego dnia.

### NIE TYLKO MUZEUM

Przy wjeździe na teren zespołu pałacowo-parkowego powstało nowoczesne Centrum Edukacyjno-Muzealne. Odbywają się tu koncerty, spotkania i wystawy czasowe. W niedzielne popołudnia często można trafić na koncerty organizowane w tzw. Letniej Strefie Muzyki, na łonie natury. Muzeum prowadzi niewielką kawiarenkę – Café Savannah. Serwuje domowe wypieki, m.in. szarlotkę z warekch jabłek, dobrą kawę i różne gatunki herbat. W razie potrzeby kupisz kawę na wynos. Na terenie parku organizowane są również ceremonie ślubne. Od 18 czerwca do 31 sierpnia 2021 r. Muzeum zaprasza na wystawę czasową „Jutro – kim chcesz być? Michał Jackowski. Rzeźba”, zarówno plenerze jak i w sali wystaw Centrum Edukacyjno-Muzealnego. Muzeum im. Kazimierza Pułaskiego czynne jest od środy do piątku w godz. 10.00-17.00 w weekendy w godz. 11.00-18.00. Czwartek jest dniem bezpłatnego wejścia na ekspozycję stałą.

Szczegółowe informacje:

www.muzeumpulaski.pl, www.facebook.com/muzeumpulaski/  
e-mail: rezerwacja@muzeumpulaski.pl  
tel. 48 667 20 20



Rzeźbiarz Michał Jackowski w swojej pracowni  
fol. Paweł ŁawreszUK



## Zadowolenie klientów po wirtualnym GTM

**Zaufanie do Niemiec jako marki turystycznej było podstawą optymistycznych nastrojów podczas największych targów turystyki przyjazdowej do Niemiec – Germany Travel Mart 2021 (GTM). Badanie wśród klientów z 27 krajów wykazało oczekiwania na ożywienie niemieckiej turystyki przyjazdowej.**

Około 1/3 kluczowych klientów z międzynarodowej branży turystycznej, którzy zarejestrowali się na GTM, wzięło udział w ankiecie internetowej przeprowadzonej przez Niemiecką Centralę Turystyki w celu analizy nastrojów i oczekiwań branży. 95 proc. ankietowanych zakłada, że Niemcy jako kierunek turystyczny będą po kryzysie co najmniej tak samo atrakcyjne dla odwiedzających, jak przed pandemią.

38 proc. menedżerów turystyki biorących udział w GTM zakłada, że w nadchodzącym roku branża powróci do poziomu sprzed kryzysu, a ponad jedna trzecia uważa, że najpóźniej do 2023 r. osiągnie poziom z 2019 r.

Fazie ożywienia sprzyja wyjątkowo wysoka ocena oferty turystycznej w Niemczech. Przede wszystkim uwagę zwraca temat zrównoważonego rozwoju: 84 proc. uznaje jakość zrównoważonych produktów w Niemczech za dobrą/bardzo dobrą. Najlepszymi opiniami cieszą się też oferty oparte na rozwiązaniach wirtualnych: 93 proc. kluczowych klientów ocenia dostępne treści cyfrowe jako dobre/bardzo dobre.

Targi turystyki przyjazdowej do Niemiec GTM 2021 w formie wirtualnej odbyły się 27-29 kwietnia. Wzięło w nich udział około 250 niemieckich dostawców i 480 kupujących z biur podróży z całego świata.

Krajem partnerskim GTM 2021 była Meklemburgia-Pomorze Przednie. Ten położony na północnym wschodzie Niemiec kraj związkowy oferuje wiele atrakcji turystycznych dla gości zagranicznych. Wybrzeże Morza Bałtyckiego, Pojezierze Meklemburskie, zabytki wpisane na listę światowego dziedzictwa UNESCO, miasta hanzeatyckie i stolica Schwerin z zespołem zamkowym – to tylko niektóre z nich. „10 powodów do odkrycia Meklemburgii-Pomorza Przedniego” było jednym z przewodnich tematów webinarium, podczas którego kraj partnerski zaprezentował się kluczowym klientom w pierwszym dniu warsztatów. ●

## TECHNOLOGIA pomoże branży hotelarskiej

**Technologia odgrywa kluczową rolę w czasie zmian, ale także może pomóc hotelom w przystosowaniu się do postpandemicznej rzeczywistości.**

Kwestia ta stanowiła główny temat dyskusji panelowej, będącej elementem inicjatywy Sabre Campus. Wskazywano na znaczenie technologii wiążące się z personalizacją podróży. – W zeszłym roku mogliśmy zauważyć prawdziwy wpływ potencjału technologii i innowacji na naszą branżę. Wszyscy doświadczyliśmy tego w trakcie podróżowania. Technologia zmieniła zarówno doświadczenia podczas podróży, jak i sposób obsługi turystów – mówił Sebastian Drzewiecki, dyrektor zarządzający Sabre Polska.

Pandemia napędza innowacje i zmiany w branży turystycznej. Hotele dysponujące informacjami o gościach, a także spoglądające na branżę z lokalnej perspektywy, znajdują się w doskonałej pozycji, aby otworzyć wiele nowych źródeł przychodów, zwiększyć lojalność i zaufanie klientów oraz przemówić do szerszego segmentu gości. Jednocześnie mogą budować odporność w czasach recesji, zwiększając wydajność w okresach wzrostu. Branża hotelarska musi na nowo przemyśleć, kim mogą być ich goście, jakiego rodzaju doświadczeń oczekują i jak im je zapewnić. Właśnie technologia może okazać się pomocna w tej kwestii.



– Uważam, że technologia może pomóc hotelarzom na trzy różne sposoby: poprzez możliwość definiowania optymalnych cen dla każdego klienta w każdym momencie, poprzez redukcję kosztów (których można uniknąć) w całej podróży klienta oraz poprzez poprawę doświadczeń klienta. Technologia zmieni życie każdego z nas, ale i naszych firm – wskazywał Raúl González, EMEA CEO Grupy Hotelowej Barceló.

W związku z tym, że personalizacja jest nowym oczekiwaniem w wielu branżach, turystyka również musi zapewniać te same doświadczenia, dostosowane do indywidualnych potrzeb klientów. Dlatego też nowe technologie, takie jak sztuczna inteligencja czy uczenie maszynowe, stają się coraz bardziej przydatne, a zatem odgrywają coraz istotniejszą rolę. Chociaż nikt nie potrafi przewidzieć, jak dokładnie będzie wyglądała przyszłość podróży, zwłaszcza po pandemii, to jedno nie ulega wątpliwości. Firmy technologiczne będą nadal wprowadzać innowacje i dostarczać usługi oraz rozwiązania, które będą pomagać branży hotelarskiej uczyć się, adaptować i rozwijać. W czasie wychodzenia z kryzysu hotelarze poszukują przejścia od silosów i fragmentacji danych do bardziej holistycznego i zintegrowanego środowiska, które ułatwi im zarządzanie i pomoże w zwiększaniu przychodów, obniżaniu kosztów oraz lepszym zrozumieniu klientów. ●

FOT. MATERIAŁY PRASOWE

## Dziewiąta edycja Meetings Week Poland

**Tegoroczna impreza poświęcona była przemysłowi spotkań 2.0, czyli transformacji, jaką przechodzi zarówno branża, jak i narzędzia, które oferuje.**

Na Meetings Week Poland 2021 złożyło się osiem sesji przygotowanych przez stowarzyszenia i organizacje branżowe reprezentujące różne obszary przemysłu spotkań. Poruszano zagadnienia związane z funkcjonowaniem przemysłu spotkań w nowej rzeczywistości społecznej, gospodarczej i komunikacyjnej. W spotkaniu w formule online wzięło udział 20 mówców i 44 panelistów, a na platformie, gdzie wydarzenie się odbywało, zarejestrowało się ponad 700 uczestników.

Swego rodzaju punktem odniesienia dla rozmów na temat rynku były zaprezentowane premierowo przez Anetę Książek z Poland Convention Bureau POT dane dotyczące sektora MICE w Polsce (raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce”) i Europie („Wpływ koronawirusa na europejski rynek spotkań”).

### PRZEMYSŁ SPOTKAŃ WAŻNY DLA GOSPODARKI

Oficjalnego otwarcia MWP, podczas sesji Poland Meetings Destination (organizowanej pod auspicjami „The Warsaw Voice”), dokonali patroni wydarzenia: Andrzej Gut-Mostowy, sekretarz stanu w Ministerstwie Rozwoju, Pracy i Technologii odpowiedzialny za turystykę, oraz Anna Salamończyk-Mochel, wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej. Minister Gut-Mostowy określił przemysł spotkań jako jeden z kluczowych obszarów gospodarki. Zapowiadał znaczące wsparcie dla turystyki biznesowej z Krajowego Planu Odbudowy. Również Anna Salamończyk-Mochel podkreśliła wartość przemysłu spotkań dla gospodarki kraju oraz znaczenie budowania partnerstw i współpracy w dziedzinie turystyki. Mówiła m.in. o potrzebie budowy szerszej strategii rozwoju branży spotkań w Polsce.

Uczestnicy sesji, której partnerem była Warszawska Organizacja Turystyczna, zgadzali się, że rola przemysłu spotkań dla polskiej gospodarki nie powinna maleć w wyniku pandemii. Przeciwnie, dynamiczny rozwój gospodarki nie jest możliwy bez jeszcze szybszego niż dotychczas

FOT. MATERIAŁY PRASOWE

rozwoju tej branży. Ponadto uczestnicy paneli, reprezentujący m.in. convention bureaux Łodzi, Krakowa i Warszawy, wskazywali nie tylko na zagrożenia, ale także na szanse, jakie wynikają ze zmian, które zaszły na rynku spotkań w wyniku pandemii COVID-19.

### JESTEŚMY GOTOWI NA ERĘ NOWYCH KOMPETENCJI

„Nowa era najlepszych z najlepszych” – blok tematyczny zorganizowany przez Stowarzyszenie Konferencji & Kongresy w Polsce (SKKP), był w całości poświęcony kompetencjom i pracownikom przyszłości. Tem do dyskusji eksperckiej była prezentacja dr. Bartłomieja Walasa i wynikająca z niej teza, że zarządzanie zmianą i tożsamy z nią ryzykiem to jedne z najważniejszych kompetencji nowej normalności.

Stowarzyszenie Branży Eventowej (SBE) poświęciło swoją sesję kluczowemu wyzwaniu eventów 2.0, czyli cyberbezpieczeństwu. Podczas edukacyjnej debaty Anna Coban (Legal Coban), Łukasz Kistar (ekspert [cyber]bezpieczeństwa), Krzysztof Dobrowolski (ConnectTo), Janusz Jabłoński (BERM) oraz jako moderator Dagmara Chmielewska (prezes SBE) podjęli się zdefiniowania eventu 2.0. Poruszyli takie zagadnienia jak cyberbezpieczeństwo w eventach, aspekty prawne, ochrona danych osobowych uczestników wydarzenia, zabezpieczenia narzędzi do organizacji wydarzeń, zagrożenia, z jakimi branża eventowa spotyka się w trakcie produkcji i transmisji wydarzeń online, oraz obowiązki, jakie w tej materii powinni spełnić organizatorzy wydarzeń.

MPI Poland Chapter wraz z zaproszonymi ekspertami postanowiło przyjrzeć się socjologicznym skutkom pandemii i ich wpływowi na przeobrażenia branży spotkań.

Future Leaders Forum zorganizowane w partnerstwie z IMEX i MPI przez studentów Szkoły Głównej Turystyki i Hotelarstwa Vistula pod kierownictwem dr. Krzysztofa Celucha po raz szesnasty



zgrupowało inspirujących mówców reprezentujących wszystkie sektory przemysłu spotkań. W swoich prezentacjach i wypowiedziach odnosili się przede wszystkim do rozwoju i budowania kariery, edukacji, ale także zmian na rynku, jakie zaszły w ciągu ostatnich kilkunastu miesięcy.

Ostatnia sesja tegorocznego MWP, zorganizowana przez MeetingPlanner.pl, była swego rodzaju podsumowaniem transformacji, jaką przeszedł rynek spotkań i wydarzeń, dokonany przez przedstawicieli agencji, które znalazły się w Top 10 agencji eventowych w konkursie MP Power Awards. ●

# Jesteśmy gotowi przyjmować **TURYSTÓW Z POLSKI**

*Polska jest dla nas bardzo ważnym rynkiem turystycznym. W ubiegłym roku to właśnie w liczbie przyjazdów z Polski zanotowaliśmy najmniejszy spadek – mówi Haris Theoharis, minister turystyki Grecji.*



**Jak będą wyglądały wakacje tego lata w Grecji? Czy można planować takie wyjazdy, a branża będzie funkcjonować w miarę normalnie?**

Oczywiście nikt nie ma kontraktu z wirusem i do końca nie potrafimy przewidzieć, co się może wydarzyć. Mamy jednak bardzo profesjonalny system, który dopracowaliśmy przez ostatni rok. Jesteśmy więc przygotowani znacznie lepiej niż rok temu. Przede wszystkim mamy znacznie większe doświadczenie w postępowaniu z wirusem. Zdobyli doświadczenie też nasi lekarze i naukowcy. Do tego mamy wreszcie szczepionki i szybkie testy umożliwiające wykrywanie wirusa. To wszystko przynosi poważne korzyści, jeśli chodzi o zapewnienie bezpieczeństwa.

Dlatego wierzymy, że jeśli wszystko pójdzie tak, jak zakładamy, to bardzo szybko będziemy mogli otworzyć się na turystykę w pełni, nie tak jak w ubiegłym roku. Normalnie otworzymy hotele, plaże, muzea i inne atrakcje. I co ważne, zdołamy zapewnić bezpieczeństwo zarówno turystom, jak i naszym mieszkańcom.

**Grecja dotychczas była w Polsce najpopularniejszym kierunkiem wyjazdów wakacyjnych. Jak wyglądało to w ubiegłym, tak trudnym dla branży turystycznej roku?**

Polska jest dla nas bardzo ważnym rynkiem turystycznym. W ubiegłym roku to właśnie w liczbie przyjazdów z Polski zanotowaliśmy najmniejszy spadek. I choć w liczbach bezwzględnych polscy turyści nie byli najliczniejszą grupą, jednak to, że spadek był w tym wypadku najmniejszy, wzbudza nasze uznanie. Na tej podstawie wierzymy również, że liczba gości z Polski udających się do Grecji wróci do poziomu sprzed pandemii szybciej niż w przypadku wielu innych rynków.

**Prace nad wspólnym europejskim paszportem covidowym wciąż trwają. Do wakacji zostało niewiele czasu i nie ma pewności, że zaczną on działać przed wakacjami. Co w takiej sytuacji robi Grecja?**

Jesteśmy gotowi przyjmować turystów z Polski, którzy będą w pełni zaszczepieni albo przedstawią negatywny wynik testu na SARS-CoV-2. Mamy nadzieję, że mimo wszystko prace nad „zielonym certyfikatem”, potwierdzającym sytuację epidemiczną mieszkańców Europy, będą postępowały szybko i będziemy mogli przenieść nasze papierowe zaświadczenia do odpowiedniej aplikacji. To by bardzo ułatwiło wszystkim podróżowanie i uniknęlibyśmy zbędnych komplikacji.

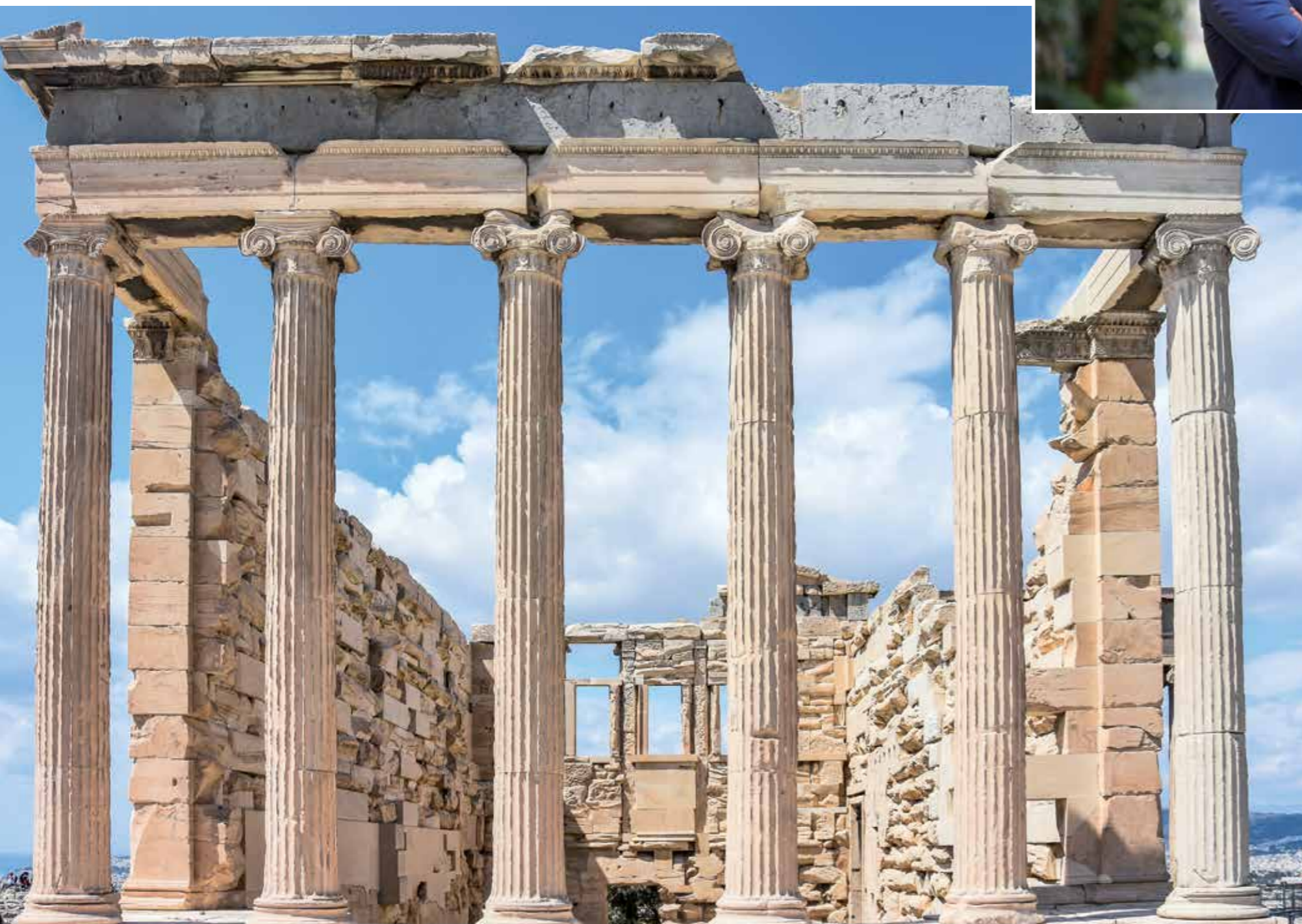
Jeśli jednak to nie nastąpi, jesteśmy gotowi działać jak do tej pory, na podstawie papierowych zaświadczeń, które przecież funkcjonują. Mieszkańcy Unii Europejskiej przyjeżdżający do Grecji są w tej chwili zwolnieni z obowiązkowej kwarantanny, jeżeli są zaszczepieni lub wykażą się negatywnym testem. I będą mogli przyjeżdżać do Grecji nadal na tych samych zasadach. Mamy nadzieję, że do wakacji, po zebraniu doświadczeń z otwarcia branży turystycznej będziemy mogli zaproponować zagranicznym turystom kolejne ułatwienia w podróżowaniu.

**Przed pandemią Grecja zaczęła promować się nie tylko jako kierunek letnich wyjazdów, ale jako kraj dla całorocznej turystyki, oferującej liczne atrakcje w różnych regionach, nie tylko na wybrzeżu. Czy teraz po pandemii ta polityka turystyczna będzie kontynuowana?**

Tak, oczywiście, mamy plany, aby kontynuować takie działania. Jesteśmy przekonani, że ten rok jest paradoksalnie dużą szansą dla nas na rozwinięcie tej nowej oferty. Część turystów wciąż będzie obawiała się przebywać w miejscach, gdzie będzie dużo ludzi. I właśnie oni będą chcieli przybyć do Grecji nie w wysokim sezonie – latem, ale później – jesienią lub zimą. I wówczas będą chcieli skorzystać z rozmaitych usług turystycznych: hoteli, transportu, oferty agencji turystycznych itp. To z kolei spowoduje możliwość dodatkowej pracy i zarobkowania po głównym sezonie turystycznym.

Już widzimy, że wiele osób chce podróżować do Grecji np. zimą. Nasz kraj ma naprawdę bogatą ofertę również dla nich. Mamy np. 22 ośrodki narciarskie, o czym mało osób za granicą wie. Dlaczego więc nie wpaść na narty do Grecji? Zwłaszcza że w niektórych ośrodkach można jeździć na nartach, patrząc jednocześnie na morze. To niezwykle i rzadkie doświadczenie, którego można zaznać właśnie w Grecji. ●

Rozmawiał Zbigniew Adamów-Bielkiewicz



FOT. MATERIAŁY PRASOWE, PIXABAY



# Sporty wodne w Kołobrzegu

## Fale, wiatr, radość

*Wakacje to idealny czas na uprawianie sportów wodnych. Zwłaszcza że w ostatnich latach pojawiło się sporo nowych dyscyplin tego rodzaju. Coraz więcej adeptów chce spróbować windsurfingu, kitesurfingu, a nawet bardziej ekstremalnych i mniej popularnych dyscyplin, takich jak wakeboarding czy flyboarding. Z pewnością warto sprawdzić, jakie emocje przynosi uprawianie sportów wodnych, i wybrać do tego jak najlepsze warunki.*

### MATERIAŁY PRZYGOTOWAŁO REGIONALNE CENTRUM KULTURY W KOŁOBRZEGU IM. Z. HERBERTA

**K**ołobrzeg może poszczycić się mianem rajy turystyki wodnej. Miasto jest prekursorem rozwoju sportów wodnych oraz wykorzystania dóbr naturalnych i klimatu do prężnego rozwoju inwestycyjnego w zakresie dopasowania infrastruktury portowej do przynależnej mu roli. Kołobrzeg posiada jeden z największych portów w naszym kraju. Dziś doskonale

funkcjonujący, dzieli się na baseny portowe, w których nie brakuje atrakcji dla miłośników sportów wodnych, historii, kultury i dobrej kuchni. To też ważny ośrodek handlowo-przeładunkowy. Kołobrzegi port można podzielić na kilka mniejszych basenów i części.

#### LATARNIA MORSKA I PORTY

Nabrzeże pasażerskie jest głównym ośrodkiem turystycznym połączonym

z szeroką, piaszczystą plażą i bogatą w atrakcje promenadą prowadzącą do mola spacerowego. Dominującą atrakcją portu pasażerskiego jest latarnia morska oraz pomnik Zaślubin Polski z Morzem i molo. Dodatkowo w 2010 r. został oddany po remoncie falochron o długości 308 m. Port pasażerski sprzyja turystom chcącym aktywnie spędzić czas w połączeniu z przerwą na degustacje kulinarne i relaks nad Bałtykiem.

W Kołobrzegu co roku pojawiają się jachty z całego świata. Port pomieści aż sto jachtów, a każde stanowisko jest w pełni wyposażone i dysponuje przyłączem prądu oraz wody. W porcie znajdują się tereny zielone, sprzyjające wypoczynkowi i idealne do biesiadowania. Portu jachtowego od wieków „strzeże” niezwykła Reduta Morast, która z pewnością zainteresuje miłośników historii.

Wizytówką portu handlowego w Kołobrzegu są wielkie dźwigi, o udźwigu aż do 16 ton, elewatory zbożowe, zbudowane jeszcze przed wojną, o pojemności prawie 6 tys. ton i ogromne statki z różnych krajów. Znajduje się tu również port rybacki oraz targ rybny. Tam zawsze kupimy świeżą rybę i z pewnością poznamy niejedną ciekawą historię i legendę opowiedzianą przez prawdziwych rybaków.

#### NIEZWYKŁY WACHLARZ AKTYWNOŚCI WODNYCH

Kitesurfing czy też kiteboarding cieszy się od lat popularnością wśród miłośników sportów ekstremalnych. Całość polega na poruszaniu się po wodzie na desce lub hydroskrzydle (foil) za pomocą pędnika – latawca (kite). Kołobrzegskie plaże wraz z niezwykłą aurą Bałtyku są doskonałym



miejscem na rozwijanie pasji kitesurfingu czy naukę od podstaw. To właśnie tu odbywają się mistrzostwa Polski Kołobrzeg Kite Challenge w terminie 18-20 czerwca 2021 r. na kołobrzegskiej plaży centralnej przy latarni morskiej odbędą się zawody kitesurfingowe i wingfoilowe w randze Pucharu Polski Polskiego Związku Kiteboardingu PZKite. Będzie to druga edycja tych zawodów, które zadebiutowały w Kołobrzegu w sierpniu 2020 r. Zeszłoroczne zawody wzbudziły spore zainteresowanie widzów. Dawniej nie widziano w Kołobrzegu tylu latawców kitesurfingowych ścigających się na jednej trasie.

Podczas tegorocznych regat będziemy mogli oglądać zmagania najlepszych polskich zawodników i spodziewamy się również gości z zagranicy. W ciągu trzech dni zawodów zostaną rozegrane trzy klasy: Formuła Kite (olimpijska), Arrows (młodzieżowa) oraz Wingfoil, czyli najnowsza rewolucja w sportach wodnych (napędem zawodnika jest dmuchane skrzydło). Każdą z tych klas łączy hydroskrzydło, na którym zawodnicy będą unosić deski nad wodą. Polscy za-



wodnicy zaliczają się do światowej czołówki, a zawody tej rangi dadzą im możliwość osiągnięcia lepszych rezultatów sportowych i opływania w warunkach morskich. Organizatorzy zbudują również plażową strefę, w której mieszkańcy i turyści będą mogli spędzić aktywnie czas na plaży i wodzie.

Jeżeli jednak ekstremalne sporty do nas nie przemawiają, a wciąż poszukujemy relaksu i dobrej zabawy połączonej z treningiem zręcznościowym warto zapoznać się z ofertą SUP. Zabawa, relaks

i trening zręcznościowy na świeżym powietrzu. Dla kogo jest ten rodzaj sportu? Dla każdego, kto wybiera aktywny wypoczynek zamiast leżenia na plaży, bez ograniczeń wiekowych. W Kołobrzegu skorzystacie z szerokiej gamy treningów, w porcie jachtowym można wypożyczyć deskę i, jak przekonują trenerzy, w zaledwie kilka godzin nabędziemy wprawy do podboju morskich fal SUP-ach. Pamiętajcie, że SUP jest sprzętem całkowicie niezależnym od wiatru czy fali. Wystarczy chwycić w dłoń wiosło i zaczynamy naszą przygodę. Już 6-8 sierpnia 2021 r. w Kołobrzegu odbędą się zawody SUP-ów, Planet Baltic SUP, na które serdecznie zapraszamy nie tylko w roli widzów.

Jednakże jeśli szukacie mocnych wrażeń i adrenaliny, zerknijcie na łodzie RIB. One doskonale radzą sobie na falach, a ich pokonywanie z dużą prędkością to frajda w najczystszej postaci. W porcie jachtowym znajdziecie też motorówki przystosowane do holowania. A co w Kołobrzegu holujemy? Narty wodne, wakeboard, doskonale znane: „banan”,

kółka, tuby, kanapy oraz kneeboard. Warto skorzystać!

Kiedy w Kołobrzegu zachodzi słońce, a białe żagle wychodzą w morze, moment ten zostaje na długo w pamięci każdego turysty. A co, gdyby tak samemu spróbować? Bałtyk to doskonale miejsce dla tych, którzy atrakcje wodne połączyć chcą z wrażliwością estetyczną. To właśnie żagle zdobią dziś bezkres morza. Niemniej atrakcja też niesie za sobą niezapomniane wrażenia, kiedy już wsiądziemy do żaglówki. W Kołobrzegu istnieje Grupa Regatowa. Ta przyjmuje zawodników już od siódmego roku życia, organizując szkolenia w trakcie sezonu letniego oraz szkolnego.

Szukającym odprężenia i relaksu w każdym wieku proponujemy kajaki wzdłuż rzeki Parsęty. Przenieśmy się na chwilę nad malowniczą kołobrzeską rzekę. Od teraz jesteśmy tylko my, wiosła, plusk wody i piękna, budząca się do życia po zimie przyroda. Może dla niektórych sam sływ kajakowy to za mało, warto wtedy udać się na spacer po mieście, gdzie nie brakuje parków i zieleni, za-



bytków i historii, imprez kulturalnych i przede wszystkim dobrej kuchni.

W Kołobrzegu znajdziemy zarówno atrakcje dla tych, którzy potrzebują adrenaliny, jak i tych szukających relaksu oraz chwili zapomnienia w kontakcie

z nadmorską przyrodą. W tym roku nie może was zabraknąć w Kołobrzegu! Kołobrzeg RE:GENERACJA.

Dowiedz się więcej na: [www.kolobrzeg.eu](http://www.kolobrzeg.eu) i aplikacji mobilnej Kołobrzeg RE:GENERACJA. ●





# Malta znow zaprasza międzynarodowych turystów

ANDRZEJ JARCZEWSKI

**Malta należy do krajów, w których udział turystyki w gospodarce jest na tyle znaczący, że kolejny rok z pełnymi ograniczeniami byłby dla gospodarki wyspy poważnym problemem. Nic więc dziwnego, że tamtejsze władze postanowiły jak najszybciej ożywić branżę, do niedawna zamrożoną. I podjęły w tej materii energiczne działania.**

**T**urystyka jest dla Malty poważnym źródłem dochodów. Wedle szacunków ta gałąź gospodarki bezpośrednio lub pośrednio generuje ponad 27 proc. PKB. W roku 2019 zawitało tam ponad 2,7 mln zagranicznych turystów, z których ponad 104 tys. stanowili goście z Polski. Najliczniejszą zaś nacją, która w 2019 r. odwiedziła archipelag, byli Brytyjczycy, których zjawilo się tam prawie 650 tys. W przeliczeniu na

mieszkańca zagraniczni turyści wydali na Malcie 807 euro.

Dlatego tak poważnym ciosem dla ekonomii tego wyspiarskiego kraju było załamanie się turystyki w ubiegłym roku. Liczba odwiedzających to państwo spadła w roku 2020 o ponad 80 proc.

## TURYŚCI WRÓCĄ NA BEZPIECZNE WYSPY

Władze podjęły decyzję o przywróceniu ruchu turystycznego na wyspie od

1 czerwca 2021 r. Jednym z argumentów jest szybkie tempo szczepień na świecie i rosnący odsetek populacji, która jest zaszczepiona również na samej wyspie. Szczepienia powodują, że ryzyko zachorowania maleje, zarówno wśród mieszkańców, jak i samych podróżnych. Malta znacznie wyprzedza większość krajów pod względem liczby zaszczepionych mieszkańców. Dlatego postanowiono przywrócić międzynarodowy ruch turystyczny na wyspie, choć nie będzie to

FOT. MATERIAŁY PRASOWE, PIXABAY



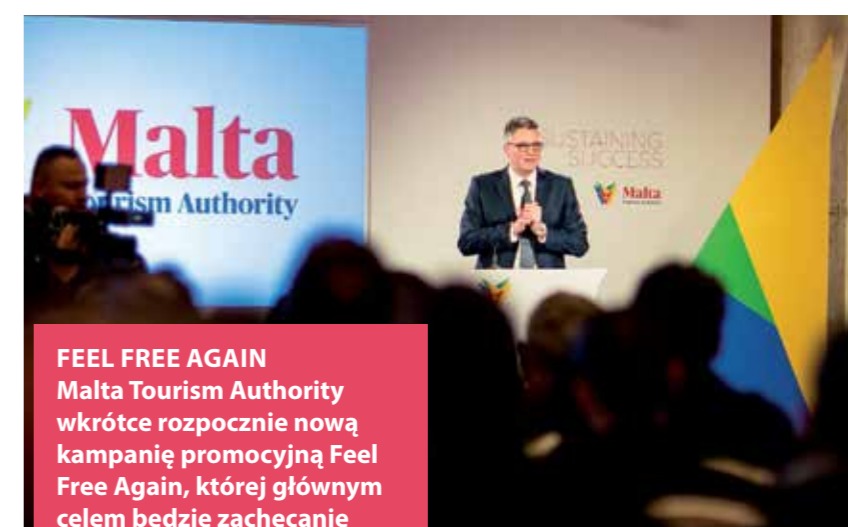
jeszcze otwarcie pełne i bez ograniczeń. Odbędzie się na podstawie stosowanych wcześniej kryteriów podziału krajów, z których przybywają turyści, na trzy strefy, nawiązujące do kolorów sygnalizacji świetlnej.

Kluczem do otwarcia i przyjęcia turystów jest oczywiście kwestia bezpieczeństwa epidemiologicznego, która determinuje to, czy goście z zagranicy zechcą wybrać się do danego kraju. Tempo szczepień na Malcie jest bardzo dobre. Kraj zajmuje drugie, po Wielkiej Brytanii, miejsce w Europie pod względem liczby zaszczepionych mieszkańców – aż 40 proc. osób dorosłych otrzymało pierwszą dawkę szczepionki. Codziennie odsetek zaszczepionej populacji wzrasta o 1 proc., a rząd maltański dokłada wszelkich starań, aby przyspieszyć tempo szczepień. Wskaźnik testów na COVID-19, które dają wynik pozytywny, spadł na Malcie do poziomu zaledwie 2,6 proc.

Wszystko to sprawia, że Wyspy Maltańskie będą bezpiecznym i pewnym wyborem przyszłego kierunku podróży.

Jak zapewniają lokalne władze turystyczne, Malta wprowadziła protokoły bezpieczeństwa Sunny&Safe COVID. Dzięki temu odwiedzający mogą mieć pewność, że wszystkie restauracje, obiekty noclegowe i punkty usługowe będą przestrzegać zasad sanitarnych i pilnować bezpieczeństwa.

– Zdrowie i bezpieczeństwo naszych obywateli i turystów zawsze będzie dla nas największym priorytetem. Dzięki realizowanemu programowi szczepień kraj może powoli i bezpiecznie wznawiać ruch turystyczny zgodnie z ogłoszonymi zasadami – powiedział Clayton Bartolo,



**FEEL FREE AGAIN**  
Malta Tourism Authority wkrótce rozpocznie nową kampanię promocyjną Feel Free Again, której głównym celem będzie zachęcanie turystów do ponownego planowania, rezerwowania i podróżowania na Malte. Kampania ma także inspirować do odkrywania najpiękniejszych zakątków wysp oraz cieszenia się odzyskanym poczuciem wolności, jakie niesie ze sobą podróżowanie.

maltański minister turystyki i ochrony konsumentów.

## DOPLATA DO HOTELU

Po planowanym zniesieniu większości ograniczeń związanych z COVID-19 dotyczących podróży Malta szuka teraz sposobów na ożywienie swojej branży turystycznej. W związku z tym, jak ogłosił minister Clayton Bartolo, planuje zaofiarować przybywającym turystom dopłatę w wysokości do 200 euro, jeśli zarezerwują lokalny hotel za pośrednictwem strony

internetowej obiektu, a rezerwacja będzie obejmować co najmniej dwie noce. Dopłaty dostawać będą tylko turyści indywidualni. Całkowita dopłata, jaką może uzyskać turysta, uzależniona jest od kategorii hotelu. Na rezerwację w obiekcie mającym standard pięciu gwiazdek kwota dofinansowania ma wynieść do 200 euro, za czterogwiazdkowy hotel – do 150 euro, a trzygwiazdkowy – 100 euro. Według agencji Reuters, dopłatę można zwiększyć o dodatkowe 10 proc., rezerwując hotel na maltańskiej wyspie Gozo, położonej na północ od głównej wyspy.

Maltańskie władze szacują, że z programu dopłat do rezerwacji dokonanych bezpośrednio na stronach hoteli skorzysta około 35 tys. turystów, a przeznaczono na niego 3,5 mln euro.

## MICE RÓWNIEŻ Z DOPLATĄ

Władze turystyczne Malty postanowiły wspierać aktywnie nie tylko turystów przyjeżdżających indywidualnie, ale



również organizatorów imprez. Dlatego ogłoszono plan wspierania organizatorów takich imprez. Program ma na celu zachęcenie zagranicznych klientów korporacyjnych i stowarzyszeń do wybierania Malty i Gozo na swoje eventy w 2021 i 2022 r.

Segment MICE jest bardzo ważnym składnikiem przemysłu turystycznego na Malcie. Wiadomo, że generuje wyższe niż przeciętne wydatki na osobę i zwiększa ruch turystyczny w miesiącach, gdy gości jest mniej.

Dlatego zdecydowano, że organizator, który wykaże poczynienie wydatków w wysokości co najmniej 800 euro na uczestnika, może się ubiegać o dopłatę w wysokości 150 euro na osobę. Gdy wydano co najmniej 600 euro na uczestnika, możliwe jest wsparcie w wysokości 75 euro na każdego. Jak zaznaczono, koszt podróży

#### ZASADY OBOWIĄZUJĄCE PODRÓŻNYCH PRZYBYWAJĄCYCH NA MALTĘ W ZALEŻNOŚCI OD KATEGORII KRAJU, Z KTÓREGO PRZYBYWAJĄ

**Lista czerwona/bursztynowa:** Swobodnie mogą podróżować jedynie osoby zaszczepione obiema dawkami szczepionki, przybywające z krajów UE i z krajów, z którymi Malta zawarła bilateralne umowy zdrowotne (Health Agreement). Szczepienie musi być wykonane najpóźniej na 10 dni przed podróżą. Przed przybyciem na Maltę należy okazać dowód szczepienia.

**Lista bursztynowa:** Osoby niezaszczepione przybywające z krajów bursztynowych muszą przedstawić negatywny wynik testu PCR, wykonanego nie później niż 72 godziny przed przylotem na Maltę.

**Lista zielona:** Mieszkańcy krajów wpisanych na zieloną listę mogą bez żadnych ograniczeń podróżować na Maltę.

nie wlicza się do tych wydatków. Ponadto dofinansowanie będzie wypłacone dopiero po zakończeniu imprezy. Grupa biorąca udział w wydarzeniu, którego organizator

ubiega się o wsparcie, musi wynosić co najmniej 10 osób.

O przyznaniu dotacji decyduje kolejność zgłoszeń. Możliwość ubiegania się o nią

będzie do wyczerpania środków. Aplikować można online.

#### MAŁY KRAJ Z DUŻĄ OFERTĄ

Sama Malta jest niewielkim krajem, liczącym niecałe 500 tys. mieszkańców żyjących na trzech wyspach: Malcie, Comino i Gozo, a Valetta to najmniejsza stolica Europy (zajmuje mniej niż 1 km kw., a liczy sobie niespełna 6 tys. mieszkańców). Jednak pomimo niewielkich rozmiarów kraju oferta turystyczna jest bogata. Niemal połowa turystów, którzy odwiedzili wyspy w roku 2019, deklaruje, że głównym powodem przyjazdu były plaże i kultura. To pokazuje, co jest największym walorem tutejszej oferty turystycznej – różnorodność i możliwość łatwego łączenia różnych rodzajów wypoczynku.

Malta znana jest ze swojej historii, kultury i świątyń wybudowanych ponad

7 tys. lat temu. To tutaj znajdują się trzy miejsca wpisane na listę światowego dziedzictwa UNESCO. Poza fortecami, megalitycznymi świątyniami i grobowcami, Malta słynie z 3 tys. słonecznych godzin w ciągu roku. Angielski jest drugim językiem urzędowym. Jest to jeden z powodów, dla których jest to ważne miejsce dla organizatorów wyjazdowych kursów angielskiego.

Archipelag słynie ze wspaniałych miejsc do nurkowania, przyciągających miłośników wodnych atrakcji z całego świata. Życie nocne i festiwale muzyczne cieszą się zainteresowaniem wśród młodych turystów. W 2020 r. trzy maltańskie restauracje otrzymały gwiazdki Michelin i zostały wyróżnione w przewodniku Michelin.

Na Maltę można polecieć z sześciu lotnisk w Polsce, a średni czas rejsu wynosi tylko trzy godziny. ●

# Stuposiany

## – miejsce, w którym można dotknąć Bieszczadów

ZBIGNIEW ADAMÓW-BIELKOWICZ

*Choć z jednej strony reklamowanie Bieszczadów i ich pogórza wydaje się zbędne, to jednak wbrew pozorom wiedza o ofercie tej części Polski często jest pobieżna i nieaktualna oraz stereotypowa. Warto więc wiedzieć, co nam dziś oferuje jeden z najbardziej niezwykłych kawałków Polski.*

Południowo-wschodnia część Polski jest synonimem dzikiej przyrody. Jednak dzisiejsze Bieszczady to nie tylko niezwykła, dzika przyroda, ale także jej odpowiednia oprawa i bogata oferta turystyczna, umożliwiająca jej komfortowe podziwianie. Wielu turystów wybiera się do znajdującego się tu Bieszczadzkiego Parku Narodowego, tymczasem tereny położone po sąsiedzku nie tylko nie ustępują temu obszarowi pod

względem bogactwa przyrodniczego, ale można nawet zaryzykować tezę, że pod względem możliwości bliskiego kontaktu z przyrodą przewyższają BPN, choćby ze względu na obowiązujące tam surowe przepisy.

Tymczasem gospodarujące na tym terenie Lasy Państwowe wbrew obiegowym opiniom nie zajmują się jedynie pozyskiwaniem drewna i nasadzeniami. Dzisiejsza gospodarka leśna to coś znacznie więcej. Dzięki działaniom

leśników możemy bliżej i lepiej poznać przyrodę tego regionu. Teren nadleśnictwa Stuposiany sąsiaduje bezpośrednio z Bieszczadzkim Parkiem Narodowym, a wraz z nadleśnictwami Baligród, Cisna i Lutowska wchodzi w skład Leśnego Kompleksu Promocyjnego „Lasy Bieszczadzkie”. Już samo to jest wystarczającą rękojmnią wspaniałej przyrody. Do tego jednak na terenie nadleśnictwa powstało wiele obiektów, które umożliwiają poznanie i choć częściowe zrozumienie

### NADLEŚNICTWO STUPOSIANY

Zajmuje powierzchnię około 9,5 tys. ha, z czego 98 proc. jest zalesione. W skład nadleśnictwa wchodzi siedem leśnictw: Czerzeszenka, Dźwiniacz, Muczne, Procisne, Tarnawa, Sokoliki i Widelki. Rzeźba terenu: obszar nadleśnictwa jest typowo górski z charakterystycznymi długimi pasmami przebiegającymi z północnego zachodu na południowy wschód. Rzeźba terenu jest tutaj bardzo urozmaicona. Znajdujące się na tym obszarze zwarte kompleksy leśne przeciętane są licznymi potokami i wciosami. Najwyższe wzniesienia w granicy nadleśnictwa to Kudriawyński Wierch (1026 m n.p.m.) oraz Widelki (1015 m n.p.m.), a najniższy położony punkt – 536 m n.p.m. – znajduje się w korycie potoku Wołosatego w okolicach wsi Procisne. Średnia wysokość obszaru nadleśnictwa wynosi 742 m.

Źr. Nadleśnictwo Stuposiany



otaczającego nas świata roślin i zwierząt. Możemy tu podziwiać zarówno majestatyczne, wywierające niezapomniane wrażenie żubry, jak i skromne, na co dzień niezauważane, a niezwykle ważne dla ekosystemu rośliny runa leśnego.

### KRÓL NA WYCIĄGNIĘCIE RĘKI

Miejscem wyjątkowym jest zagroda pokazowa żubrów w Muczne. Choć te ogromne zwierzęta kojarzą się przede wszystkim z Białowieskim Parkiem Narodowym, to jednak bieszczadzkie

mamy szansę zobaczyć, jak zachowują się te wspaniałe zwierzęta w naturze. Zagroda jest jedną z największych atrakcji tego regionu Polski.

### MUCZNE – WSZYSTKO, CO CHCESZ WIEDZIEĆ O BIESZCZADACH

Będąc już w Muczne (choć zagroda żubrów znajduje się właściwie przy drodze z Mucznego do Stuposian), warto odwiedzić inne zlokalizowane tu i w najbliższej okolicy atrakcje. Miejscem, które właściwie chyba należałoby odwiedzić na początku pobytu w nadleśnictwie Stuposiany jest Centrum Promocji Leśnictwa,

stado, liczące według ostatnich, wiosennych szacunków 677 osobników, ma duże znaczenie dla populacji tego zwierzęcia. Żubry z tej grupy w ostatnich latach były wysyłane m.in. do Rumunii i Bułgarii, by zasilić tamtejsze stada. Co roku w zagrodzie w Muczne przychodzą na świat młode osobniki.

Zagroda pokazowa tym różni się od zwierząt zamkniętych np. w ogrodach zoologicznych, że jej mieszkańcy żyją na dużej powierzchni (w tym wypadku to ok. 9 ha), dzięki czemu mają warunki niemal takie jak na wolności. Dzięki temu, korzystając z platform widokowych,

które oferuje przestrzeń konferencyjną, edukacyjną i wypoczynkową. Z centrum współpracuje Stowarzyszenie Bieszczadzkie Trasy Narciarskie, organizując cykliczne zawody sportowe, takie jak Bieszczadzki Bieg Narciarski „Tropem Żubra” czy Bieszczadzki Bieg Przelajowy „Tropem Żubra”.

Inną atrakcją Mucznego jest arboretum „Krzewy Polskie”. Jak sama nazwa wskazuje, jest to miejsce, w którym możemy poznać przede wszystkim rodzime gatunki krzewów, ale również drzewa, paprocie czy rośliny zielne. Z krzewów rosną tu m.in. kalina koralowa, dzika róża,

trzmielina zwyczajna, bez czarny, leszczyna pospolita, cis pospolity, kłokoczka południowa, jałowiec pospolity, a także charakterystyczna dla Bieszczadów olsza zielona. Dla lubiących wczesną wiosnę gratką będą zaprezentowane tam geofity (rośliny, które zakwitają, zanim pojawią się pierwsze liście na drzewach), takie jak śnieżyca wiosenna, cebulica dwulistna i czosnek niedźwiedzi.

**JAK ŻYLI WĘGLARZE**

Węglarze uwijający się przy dymiących retortach to jeden z symboli Bieszczadów. Jednak z powodu nieopłacalności takiej działalności widok ten powoli znika z krajobrazu. Jednak jest miejsce, gdzie wciąż można zapoznać się z tradycyjną technologią wypału węgla drzewnego i z pracą węglarza. Takim miejscem jest Plenerowe Muzeum Wypału Węgla Drzewnego. Znajduje się ono w miejscu, gdzie do niedawna wypał ten był normalną działalnością, nie zaś ciekawostką dla turystów. Dzięki dokładnemu odtworzeniu warunków pracy można dziś z bliska zobaczyć, jak funkcjonował ten nieodłączny element miejscowego dziedzictwa kulturowego. W muzeum „wybudowano mielierz, ustawiono retorty, umieszczono barak wykorzystywany w celach mieszkalnych przez wypalaczy. Przy każdym z tych elementów ustawiono tablicę edukacyjną z treściami dotyczącymi funkcjonowania wypału węgla drzewnego. Ponadto wykonano ścieżki pomiędzy poszczególnymi elementami muzeum”.

**ŚCIEŻKI EDUKACYJNO-PRZYRODNICZE NA TERENIE NADLEŚNICTWA STUPOSIANY**

**Krutylówka**

Ciekawych widoków dostarcza przełom potoku Mucznego. Ścieżka kończy się po przekroczeniu potoku Czerwonego i wyjściu na wprost kapliczki św. Huberta stojącej przy drodze do Stuposian.

**Wokół Mucznego**

Biegnie w bardzo malowniczym terenie u podnóża Jeleniowatego, wzdłuż potoków Mucznego i Hnyty. Świetnie nadaje się do uprawiania nordic walking, a zimą wykorzystywana jest jako trasa narciarstwa biegowego.

**Za domkiem myśliwskim**

Dowiadujemy się na niej, jak ważną funkcję pełnią niezagospodarowane i, jak by się mogło wydawać, zaniebane fragmenty terenu, nieporośnięte drzewami, butwiejące pnie czy usychające drzewa. Doskonała ścieżka do uprawiania nordic walking, a zimą narciarstwa biegowego i skiturowego.



**Pichurów**

Prowadzi na taras widokowy. Roztacza się z niego przepiękny widok na szczyty wysokich Bieszczadów: Halicz, Kopę Bukowską, Krzemień i Bukowe Berdo.

**Brenzberg**

Ścieżka o charakterze historycznym, prowadząca na grzbiet Jeleniowatego do polany, gdzie stała leśniczówka, w której UPA w sierpniu 1944 r. dokonała bestialskiego mordu na 74 Polakach.

**Stare Procisie**

Można zaobserwować przebudowę drzewostanu świerkowego oraz zapoznać się z biologią jedyne go przedstawiciela świniowatych żyjących w Polsce – dzika.

**Jodła**

Rosnąca tu jodła miała około 200 lat i była najgrubszym zaewidencjonowanym okazem tego gatunku w Polsce. Mierzyła 42 m wysokości i miała 527 cm obwodu, jednak w grudniu 2013 r. została powalona przez wiatr.

**Trasą kolejki wąskotorowej**

Mierząca ok. 8 km trasa biegnąca w znacznej części dawną trasą kolejki zimą jest trasą biegową dla narciarzy.

**Żubr**

Najnowsza ścieżka prowadzi na wieżę widokową na Jeleniowatym i łączy się ze ścieżką Brenzberg.



**ŚCIEŻKI DLA CIEKAWYCH**

Na miejscu można skorzystać z jednej ze ścieżek edukacyjnych lub punktów widokowych. W sumie na terenie nadleśnictwa jest dziewięć tego typu ścieżek, prezentujących rozmaite aspekty tamtejszej przyrody. Miejscem szczególnym dla lubiących oglądać zwierzęta w naturalnym

środowisku jest zlokalizowany w pobliżu ścieżki edukacyjnej Wokół Mucznego specjalny taras widokowy umożliwiający obserwację żeremi, które zostały tam wybudowane przez bобрzą rodzinę. Dzięki tablicom informacyjnym turyści mogą poznać biologię tego gryzonia oraz ciekawostki na jego temat.

Leśnicy z nadleśnictwa Stuposiany pomimo już imponującej oferty wciąż dodają coś dla turystów. Właśnie otwarta została kolejna ścieżka dydaktyczna Żubr, prowadząca na wieżę widokową na Jeleniowatym. W planach są również kolejne tablice informacyjne o tematyce historycznej. ●

FOT. MATERIAŁY PRA-SOWE, E.BARAN, G.CHUDZIK





## Usytuowany na terenie Bukowiny Tatrzańskiej BUKOVINA Resort

to kompleks wielu atrakcji, możliwości i udogodnień turystycznych. W otoczeniu Tatrzańskiego Parku Narodowego i Tatr oferuje swoim gościom bogaty wachlarz usług. Dla osób szukających miejsca do spędzenia rodzinnych chwil z dala od zgiełku codzienności idealnym wyborem jest Hotel BUKOVINA z szeroką gamą atrakcji dla dzieci, naturalną kuchnią ze smakami Podhala w Restauracji BUKOVINA czy w Regionalnej KARCZMIE ŁYGOTNIK.

Relaks i odnowę zapewnia Wellness BUKOVINA łącząca lecznicze właściwości wód geotermalnych z odpowiednio dobranymi zabiegami na twarz i ciało. Dopełnieniem oferty hotelowej są w bezpośrednim połączeniu Termy BUKOVINA z wodami geotermalnymi bogatymi w 28 składników mineralnych. Jest to idealne miejsce do całorocznego odpoczynku, regeneracji i wodnego szaleństwa na 20 basenach zewnętrznych i wewnętrznych.

Dla bardziej wymagających, strefę ciszy i spokoju zapewnia Hotel HARNAS – butikowy hotel dla dorosłych. Odrestaurowana legenda lat 70-tych ze zniewalającym widokiem na panoramę Tatr, równie zniewalającą kuchnię Restauracji WIDOK i Lobby Barem z wyselekcjonowanymi trunkami najwyższej jakości. Kameralny klimat do degustacji zapewni dedykowany Club Room o charakterze domowego salonu. Cały kompleks można podziwiać z pokładu helikoptera, którego heliport znajduje się na terenie resortu.

Stawiając na dobro Gości, bez względu na czas i sytuację, bezpieczeństwo i higiena to podstawa funkcjonowania całego resortu. Komunikacja została poszerzona o treści dotyczące zachowania wszelkich środków ostrożności zapewniając komfort wypoczynku.



[hotelbukovina.pl](http://hotelbukovina.pl) /HotelBUKOVINA @hotelbukovina

[hotelharnas.com](http://hotelharnas.com) /HotelHARNAS @hotelharnas

[termybukovina.pl](http://termybukovina.pl) /TermyBUKOVINA @termybukovina



# Po akcji promocyjnej są pierwsze rezerwacje z Polski

*W tym roku otworzyliśmy się 7 maja i mamy nadzieję pracować aż do końca sezonu, który zwykle trwa u nas do początku listopada – mówi Michele Benemio z hotelu Il Villaggio Albergo Le Tre Isole.*



**Ile czasu był zamknięty twój obiekt w zeszłym roku? Jak długo nie pracowaliście?**

W 2020 r. otworzyliśmy się 27 czerwca i zamknęliśmy 4 października. W tym

roku otworzyliśmy 7 maja i mamy nadzieję pracować, aż do zwyczajowego końca sezonu, który zwykle trwa u nas do początku listopada.

**Czy turyści wracają do Umbrii? Macie rezerwacje z zagranicy?**

Tak, wracają, przede wszystkim są to goście z Włoch, ale pojawiają się też rezerwacje z zagranicy na sezon letni. Wybierają się do nas przede wszystkim turyści z Belgii i Holandii.

**Z których krajów przyjeżdża do was najczęściej gości?**

Są to Holandia, Belgia, Niemcy i kraje skandynawskie. W ostatnich latach koncentrujemy się również i prowadzimy aktywną promocję na rynku polskim, który uważamy za bardzo interesujący. W ostatnich latach w efekcie prowadzonej przez nas akcji promocyjnej zauważyliśmy pierwsze rezerwacje z Polski.

**Jak teraz wygląda wasza praca? Czy spotykacie się z nowymi wymaganiami klientów, np. w związku z zaleceniami sanitarnymi i zasadami bezpieczeństwa?**

Praca powraca, a klienci mają nowe wymagania przede wszystkim co do warunków możliwej anulacji. Stworzyliśmy na ten niepewny okres bardzo atrakcyjny regulamin anulowania rezerwacji – jest opublikowany na naszej stronie internetowej: <http://letreisle.com>, a zainteresowanym udzielamy też informacji, jeśli napiszą do nas maila w tej sprawie.

**Jaką ofertę przygotowaliście na ten rok? Jak mogą spędzać czas turyści? Czy są jakieś nowości, jeśli chodzi o aktywności lub obiekty turystyczne w okolicy?**

Jest wielkie pragnienie ponownego otwarcia i wszystkie obiekty chcą przygotować się do tego jak najlepiej. Prawie

## VILLAGGIO TRE ISOLE

Il Villaggio Albergo Le Tre Isole jest obiektem hotelowym położonym w Umbrii, regionie określanym jako zielone serce Włoch, w San Feliciano sul Lago Trasimeno, 40 km od Asyżu.

Centralna i strategiczna pozycja regionu na terytorium o bogatej w historii pozwała sztuce, religijności oraz doskonałej tradycji winiarskiej i kulinarnej współtworzyć perfekcyjną całość. Każdy podróżujący może sam zaplanować swoje szlaki, również korzystając z rad kompetentnego i dyspozycyjnego personelu hotelowego. Relaks nad jeziorem można połączyć z wycieczkami po pobliskich szlakach kulturalnych, przyrodniczych oraz takich, które pozwalają poznać antyczne smaki i tradycje. W efekcie możemy delektować się harmonijnym włoskim klimatem „dolce vita”, w regionie słynącym z wyjątkowej gościnności. Obiekt hotelowy Villaggio Tre Isole znajduje się zaledwie kilka metrów od Jeziora Tazymeńskiego. Z okien hotelu rozpościera się zachwycający widok na grę świateł na jeziorze oraz średniowieczny zamek Zocco. W tym niespokojnym czasie spokojny wypoczynek w niedawno odremontowanych pokojach Villaggio Tre Isole wydaje się idealną alternatywą dla zgiełku miasta, a do wyboru mamy zarówno pokoje usytuowane w zaciszu zielonego parku z wielowiekowymi drzewami oliwnymi, jak i pokoje z tarasami z kąjącym widokiem na wodę lub na zielone wzgórza Umbrii.

wszystkie restauracje przygotowują się do wydawania posiłków także na świeżym powietrzu lub w altankach nad jeziorem.

Wiele firm ma w ofercie wycieczki rowerowe (niektóre oferują rowery elektryczne) lub wycieczki łodzią po jeziorze. Na naszej plaży Zocco Beach można uprawiać SUP, kitesurfing, windsurfing, wakeboard i kajakerstwo.

**Co Umbria ma do zaoferowania turystom?**

Goście mają możliwość zwiedzania średniowiecznych miasteczek, zarówno tych położonych w pobliżu Jeziora Tazymeńskiego, jak i tych w innych częściach Umbrii. Mogą spróbować naszej kuchni, której głównym składnikiem są ryby z jeziora, zielona fasola, wieprzowina, trufle. Dla chętnych są też degustacje oliwy i wina w naszych gospodarstwach i winiarniach.

**Jakie są twoje ulubione miejsca w Umbrii?**

San Feliciano sul Trasimeno – to charakterystyczna wioska rybacka słynna ze swoich spektakularnych zachodów słońca. Z kolei Castiglione del Lago i l'Isola Polvese to oazy spokoju zaraz nad jeziorem. Oczywiście nie można zapomnieć o Perugii i Asyżu, znanych na całym świecie, oraz wodospadzie Cascata delle Marmore na południu Umbrii. ●

Rozmawiał Zbigniew Adamów-Bielkiewicz





# Niemiecka turystyka po pandemii

ZBIGNIEW ADAMÓW-BIELKOWICZ

**Niemiecka turystyka podsumowała ostatni, trudny pandemiczny czas i podejmuje działania, by odbudować się po pandemii. Pomóc mają w tym m.in. kampanie promocyjne, również na polskim rynku, który jest dla branży turystycznej naszych zachodnich sąsiadów bardzo ważny.**

Choć gospodarka niemiecka należy do najlepiej rozwiniętych na świecie, to turystyka wciąż odgrywa w niej bardzo ważną rolę. Jak wynika z oficjalnych danych, ta gałąź gospodarki odpowiada za około 3,9 proc. PKB. Dla porównania warto powiedzieć, że produkcja samochodów przynosi 4,4 proc. PKB, a przemysł maszynowy, będący jedną z wizytówek niemieckiej gospodarki, generuje 3,5 proc. PKB.

Rok 2019 był rekordowym (10. z rzędu) rokiem dla turystyki niemieckiej. Zarejestrowano wówczas 89,9 mln noclegów wykupionych przez zagranicznych turystów. W roku 2018 liczba takich noclegów wynosiła 87,7 mln. Wzrost więc w roku 2019 w stosunku do 2018 wynosił 2,6 proc. Wszystko wskazywało na to, że w roku 2020 bez problemu została przekroczona liczba 90 mln noclegów. Niestety pandemia spowodowała gwałtowne załamanie, które wyniosło aż 64,4 proc.

## POLSCY TURYSŤCI W NIEMCZECH

Podobnie jak ogólna liczba noclegów wykupionych przez zagranicznych turystów, intensywnie, a nawet w wielu latach intensywniej, rosła liczba noclegów sprzedanych polskim turystom. W latach 2010-2019 wzrost ten wyniósł aż 150 proc., by osiągnąć liczbę 3,5 mln w roku 2019. Rok 2020 oczywiście przyniósł załamanie również w liczbie odwiedzin z Polski. Spadek ten wyniósł 35 proc., był więc jednak niemal o połowę mniejszy niż w przypadku całego rynku turystyki przyjazdowej. Noclegów polskich gości było 2,2 mln, co jest poziomem zanotowanym w roku 2013.



Ten rok ma szansę być bardzo dobrym, jeśli chodzi o podróże do Niemiec. Jak wynika z badań CBOS, Niemcy w tym roku, według deklaracji Polaków, będą drugim najpopularniejszym po Chorwacji celem wyjazdów – zamierza go odwiedzić (z przynajmniej dwoma noclegami) 13 proc. ankietowanych (Chorwację – 15 proc.). Kraj za Odrą wyprzedza nawet niezwykle popularną Grecję (trzecie miejsce i 12 proc. deklaracji wyjazdu).

Kim jest statystyczny polski turysta? W sumie to wyjątkowo atrakcyjna, z punktu widzenia biznesu turystycznego, osoba. Ma 40 lat i w 53 proc. przypadków podróżuje z dziećmi w wieku poniżej 15 lat. Do tego w 60 proc. przypadków udaje się do Niemiec samochodem, w 15 proc. samolo-

tem. Autobus wybiera niewiele mniej osób (13 proc.), a pociąg tylko 8 proc. A gdzie kwaterują Polacy? 38 proc. podaje, że w hotelu, 33 proc. u rodziny i znajomych, a 27 proc. w obiektach parahotelarskich. Jeśli chodzi o cel podróży, to zdecydowanie wygrywa urlop. W celach wypoczynkowych do Niemiec przyjeżdża 45 proc. osób, natomiast służbowo 31 proc. Przyczyny prywatne, a więc zapewne odwiedziny u rodziny lub znajomych, są powodem 24 proc. wizyt z Polski.

Znaczenie polskich turystów widać szczególnie w zestawieniu wydatków, jakie poczynili turyści z Europy w Niemczech w roku 2019, a więc ostatnim pełnym przed pandemią. Otóż wszyscy europejscy turyści zostawili tam 38,6 mld euro. Największą

*Sebastian Kneipp jest dobrze znany miłośnikom zdrowego stylu życia. Teraz ma przyciągnąć turystów do Niemiec*



**W 2021 r. Niemcy świętują 200. rocznicę urodzin Sebastiana Kneippa (1821-1897), bawarskiego księdza, propagatora hydroterapii, ziołolecznictwa, higieny, aktywności fizycznej i różnicowanej diety.**

**PIĘĆ FILARÓW ZDROWIA WEDŁUG KSIĘDZA KNEIPPA**  
Sprawność i zdrowie dzięki siłom natury:

1. **Uzdrowiająca moc wody** – „Jeśli miałbym wybrać jedno lekarstwo, byłaby to woda”;
2. **Zioła jako lek, kosmetyk i suplement diety**;
3. **Ruch wzmacniający ducha i ciało**;
4. **Zdrowe odżywianie** – „Więcej roślin od zwierząt”;
5. **Równowaga** – „Wszystko w odpowiednim czasie i w odpowiedniej ilości”.

część tej sumy (około 15 proc.) stanowiły wydatki podróżnych z naszego kraju, które wyniosły 6 mld euro. Drugi pod tym względem Szwajcarzy wydali „zaledwie” 4,4 mld euro.

Nic więc dziwnego, że działania promocyjne Niemieckiej Centrali Turystyki (DZT) na polskim rynku w tym roku są zaplanowane z rozmachem. Wykorzystywane będą rozmaite nośniki zlokalizowane w różnych miastach. Planowana jest współpraca z OTA, a ponadto m.in. podróże influencerów czy kampania na Facebooku.

## TRZY KAMPANIE NA POWRÓT TURYSTÓW

Oczywiście działania promocyjne mające sprawić, by turyści znów licznie przybywali do Niemiec, będą prowadzone na wielu rynkach. Wraz ze stopniowym otwieraniem się rynku turystycznego i wydarzeń kulturalnych w niemieckich krajach związkowych oraz złagodzeniem przepisów dotyczących wjazdu DZT rozpoczyna trzy kampanie mające na celu prezentację marki Niemiec jako celu podróży. Wszystkie

kampanie, które zostaną przeprowadzone w 2021 r., mają inspirować potencjalnych turystów do spędzenia urlopu w Niemczech. Pomimo ogromnych strat turystyka miejska pozostała głównym trendem w przyjazdach do Niemiec z Europy także w czasie pandemii 2020 r. i wygenerowała 5,2 mln podróży.

Jednocześnie ważnym celem przyjazdów turystycznych stała się przyroda i rekreacja. Rośnie zapotrzebowanie na aktywności na świeżym powietrzu oraz zainteresowanie tematami zdrowia i dobrego samopoczucia, a także zaangażowanie w zrównoważony rozwój. W badaniu Europejskiej Komisji Podróży (ETC) z lutego 2021 r. główną motywacją do podróżowania dla 66 proc. Europejczyków był wypocznik. Spośród badanych 14,8 proc. interesowało się głównie przyrodą i aktywnością na świeżym powietrzu, 13 proc. kulturą i dziedzictwem kulturowym, 10,2 proc. wellness i relaksem, a 3,9 proc. wycieczkami kulinarnymi.

– Według badań European Travel Commission z lutego 2021 r., entuzjaści city life to

największa grupa, na poziomie 33,9 proc., która chce ponownie wyruszyć w podróż w ciągu najbliższych sześciu miesięcy. Jednocześnie podczas drugiego sezonu wakacyjnego z koronawirusem ważną rolę odgrywać będą aktywności na świeżym powietrzu – uzasadnia działania Petra Hedorfer, prezes zarządu DZT. – Dzięki kampanii German.Local.Culture. oferujemy szeroki wachlarz informacji na ten temat. Dostawcy usług w Niemczech zapewniają



*Kampania German.Local.Culture.  
związana jest  
z rosnącą tęsknotą turystów  
za autentycznością i tradycjami*

ochronę podróżnym dzięki zastosowaniu licznych środków zapobiegawczych, od bezkontaktowego check-in po dezynfekcję pokoi hotelowych i oczyszczanie powietrza. Dzięki temu możemy z ufnością patrzeć na powrót turystyki przyjazdowej – dodaje szefowa DZT.

Kampania German.Local.Culture. związana jest z rosnącą tęsknotą turystów za autentycznością i tradycjami oraz daje wgląd w niemieckie zwyczaje, od rękodzieła po typowe dania lokalne i regionalne. Potencjalni urlopowicze mogą znaleźć informacje dotyczące podróży w czterech różnych obszarach tematycznych: Craft (rękodzieło), Taste (smak), Flair (atmosfera) i Green (zieleń). Mikrostrona [www.germany.travel/de/kampagne/german-local-culture/home.html](http://www.germany.travel/de/kampagne/german-local-culture/home.html) poświęcona tej kampanii służy jako główne źródło inspiracji i informacji. German.Local.Culture. jest realizowana poprzez działania reklamowe, promocję w różnych kanałach social mediów, reklamę w wyszukiwarkach, influencer marketing

oraz współpracę z internetowymi biurami turystycznymi. DZT uzupełnia treści kampanii poprzez współpracę marketingową z partnerami z niemieckiej branży turystycznej. Partnerami kampanii German.Local.Culture. są Biuro Promocji Turystycznej Bremy, Niemiecki Instytut Wina, Stowarzyszenie Romantyczny Ren, Biuro Inwestycji i Promocji Saksonii-Anhalt oraz Stuttgart Marketing.

DZT wykorzystuje też doskonałą jakość marki Niemiec jako celu podróży w zakresie zrównoważonego rozwoju: Niemcy znajdują się w pierwszej piątce na świecie w indeksie SDG UNWTO na rok 2020. Z tematem zrównoważonego rozwoju związana jest kampania DZT Feel Good. – Na wielu naszych rynkach źródłowych świadomość zrównoważonego rozwoju znacznie wzrosła. Pandemia wzmocniła trend, który obecny był już od dawna. To szansa dla Niemiec jako celu podróży. Usługodawcy od wielu lat dostarczają profesjonalne oferty turystyczne i cały czas je poszerzają.

Dzięki kampanii Feel Good prezentujemy certyfikowane oferty na rynkach zagranicznych – komentuje Petra Hedorfer. Inspiracje i oferty zebrane na mikrostronie zostały opracowane przez DZT we współpracy z regionalnymi organizacjami marketingowymi i zewnętrznymi ekspertami ds. zrównoważonego rozwoju.

Dzięki kampanii German.Spa.Tradition. DZT promuje ważną motywację do podróżowania, na którą zwrócono uwagę w badaniach ETC: „dobre samopoczucie i relaks”. Niemcy znane są jako kierunek wyjazdów zdrowotnych o wysokich standardach jakości i długiej tradycji. Kampania marketingowa German.Spa.Tradition, nawiązując do 200. urodzin Sebastiana Kneippa, prezentuje holistyczną filozofię zdrowia, która do dziś stosowana jest w medycynie terapeutycznych zabiegach oraz w ofertach wellness.

Kampanie German.Spa.Tradition oraz Feel Good rozpoczną się odpowiednio w czerwcu i lipcu tego roku. ●

# Unijny paszport COVID od 1 lipca?

OPR. ANDRZEJ JARCZEWSKI

**Komisja z zadowoleniem przyjmuje wstępne porozumienie polityczne między Parlamentem Europejskim a Radą w sprawie rozporządzenia regulującego unijne cyfrowe zaświadczenie COVID-19. Wszystko więc wskazuje na to, że zaświadczenie (wcześniej zwane zielonym zaświadczeniem cyfrowym) będzie gotowe – zgodnie z planem – do końca czerwca.**

**P**orozumienie osiągnięto w rekordowo krótkim czasie. Było gotowe już dwa miesiące po tym, jak Komisja przedstawiła swój wniosek. – Unijne cyfrowe zaświadczenie COVID-19 jest nieodpłatne, zabezpieczone i dostępne dla wszystkich. Będzie odnosiło się do informacji o szczepieniu, uzyskaniu ujemnego wyniku testu i powrocie do zdrowia, oferując obywatelom różne możliwości. Jest ono zgodne z zasadą poszanowania praw podstawowych obywateli, w tym ochrony danych osobowych. (...) Prace trwają nadal. Na szczęblu UE system będzie gotowy w najbliższych dniach. Obecnie ważne jest, by wszystkie państwa członkowskie dążyły do wdrożenia swoich systemów krajowych, aby cały system był jak najszybciej operacyjny. Obywatele słusznie oczekiwali, że Unia się tym zajmie – podsumowała sytuację przewodnicząca Komisji Europejskiej Ursula von der Leyen.

## UNIJNE ZAŚWIADCZENIE CYFROWE

W związku z porozumieniem osiągniętym przez Parlament Europejski i Radę unijne cyfrowe zaświadczenie COVID-19:

- będzie odnosiło się do informacji o szczepieniu, uzyskaniu ujemnego wyniku testu i powrocie do zdrowia;
- będzie dostępne – do wyboru – w formie cyfrowym lub papierowym i będzie zawierało kod QR z podpisem cyfrowym;
- będzie nieodpłatne, łatwe do uzyskania i dostępne również dla osób zaszczepionych przed wejściem w życie rozporządzenia w sprawie unijnego cyfrowego zaświadczenia COVID-19;
- może być również wykorzystywane przez państwa członkowskie do celów krajowych, jeżeli jest to przewidziane w prawie krajowym;
- państwa członkowskie powstrzymują się od nakładania na posiadaczy unijnego cyfrowego zaświadczenia COVID-19 dodatkowych ograniczeń podróży, chyba że są one konieczne i proporcjonalne do ochrony zdrowia publicznego;
- Komisja udostępni też środki w wysokości 100 mln euro, aby umożliwić państwom członkowskim prowadzenie testów po przystępnych cenach.



Porozumienie polityczne będą teraz musiały formalnie przyjąć Parlament Europejski i Rada. Rozporządzenie wejdzie w życie 1 lipca, z sześciotygodniowym okresem stopniowego wprowadzania dla tych państw członkowskich, które potrzebują więcej czasu.

## NARZĘDZIA SĄ GOTOWE

Równocześnie Komisja będzie wspierać państwa członkowskie w finalizacji krajowych rozwiązań w zakresie wydawania i weryfikacji unijnych cyfrowych zaświadczeń COVID-19, a także zapewniać im wsparcie techniczne i finansowe w uruchomieniu bramy sieciowej.

Równolegle do procesu legislacyjnego prowadzone są szeroko zakrojone prace techniczne. Brama sieciowa UE, która umożliwi weryfikację certyfikatów w każdym kraju, jest gotowa i będzie uruchomiona w czerwcu. Przeprowadzone w ciągu ostatnich dwóch tygodni testy pilotażowe z udziałem 17 państw członkowskich i Islandii powiodły się.

Komisja zapewnia również odpowiednie otwarte oprogramowanie, aby pomóc państwom członkowskim w opracowaniu krajowych rozwiązań w zakresie wydawania zaświadczeń, skanowania i sprawdzania kodów QR oraz odpowiedniego cyfrowego portfela do przechowywania. ●

# Najpierw musieli przekonać, ŻE TO DZIAŁA I MA SENS

*Czasem ludzie dopytywali się, skąd jesteście,  
bo mówili, że już są w trzech internetach, np. w Krakowie, Wrocławiu i Warszawie  
– wspomina Witold Markow, współzałożyciel portalu NadMorze.pl.*



## Skąd wziął się pomysł na portal NadMorze.pl?

Z potrzeby chwili. Po prostu kiedy jako grupa studentów szykowaliśmy się do wyjazdu nad morze, zaczęliśmy szukać w internecie potrzebnych nam informacji. Okazało się wtedy, że ich tam po prostu nie było. Stwierdziliśmy więc, że w takim razie my je tam umieścimy. Byliśmy grupą studentów kierunków technicznych: informatyki, robotyki itp., więc już wówczas mieliśmy na co dzień do czynienia z internetem i kwestie techniczne nie stanowiły dla nas problemu.

## Jak wyglądało pozyskiwanie klientów?

To była żmudna i czasochłonna robota. Po prostu chodziliśmy od domu do domu w miejscowościach nadmorskich i namawialiśmy do reklamowania się na naszym portalu. Poświęciliśmy na to każdy wolny dzień i poważne – jak na grupę studentów – środki. W każdy weekend czy jakieś dni wolne w tygodniu, jeśli takie były, trzeba było jechać do kolejnej miejscowości, rozmawiać i tłumaczyć kolejnym właścicielom kwater, o co chodzi.

## Co stanowiło największy problem podczas tworzenia projektu?

Tak naprawdę to przekonanie klientów w początkowym okresie, że reklama w internecie ma sens. Zdecydowanie to okazało się najtrudniejsze. 20 lat temu spotykaliśmy się głównie z dwiema postawami wobec działań w internecie. Pierwsza grupa miała już jakieś doświadczenia, lecz z reguły były one negatywne. Uważali, że to rozwiązanie kosztowne i nieskuteczne. Czasem

ktoś im zrobił stronę, ale to nie przynosiło efektu i było stosunkowo drogie. Nie widzieli więc sensu, żeby znów próbować, bo za całkowicie wystarczające do reklamy uważane były powszechnie dwa miejsca: telegazeta i dodatek turystyczny w „Gazecie Wyborczej”.

Druga grupa zupełnie nie wiedziała, jak działa internet, i albo nie widziała zupełnie potrzeby tam się pojawić, albo była przekonana, że ten internet, a właściwie te internety, to działają jak klasyczne media w jakichś regionach. Czasem ludzie dopytywali się, skąd jesteście, bo mówili, że już są w trzech internetach, np. w Krakowie, Wrocławiu i Warszawie. Początkowo nawet myśleliśmy, że z nas żartują.

To były poważne bariery do przełamania. W efekcie pierwsze lata to była w dużej części edukacja i przekonywanie, że to działa i ma sens.

## Czy był jakiś przełomowy moment, po którym rozwój NadMorze.pl nabral rozprędu?

Owszem, ale paradoksalnie to nawet nie było to, że dzięki tej stronie pojawiają się rezerwacje. Dużym pozytywnym impulsem okazał się zakup aparatu cyfrowego. Była to poważna inwestycja, bo przecież były to początki fotografii cyfrowej, a nasz aparat oferował rozdzielczość 3 Mpix. Jednak to przyniosło efekt. W momencie, kiedy ludzie widzieli na ekranie zdjęcia swojej nieruchomości, pokojów, które oferowali, w dobrej jakości, dobrych kolorach, to czasem nie mogli uwierzyć, że tak można pokazać to, co oferują. W efekcie byli na tyle zadowoleni, że nie tylko decydowali się na wejście do portalu, ale polecali nas dalej bądź wręcz wysyłali do swoich krewnych czy znajomych, którzy też oferowali noclegi dla turystów. Widząc, jak ładnie wygląda to, co przygotowywali, na pewno czuli, że ich praca dobrze wygląda, i czuli się w pewien sposób docenieni. To był tak naprawdę przełom.

## Jak mierzyli państwo efektywność bez tych wszystkich narzędzi analitycznych, którymi teraz się posługujemy?

Mieliśmy tylko licznik wejść na stronę i tylko to mogliśmy liczyć. Ale mieliśmy też informacje zwrotne z obiektów, że pojawiają się rezerwacje, że kontaktują się z nimi klienci. Wiedzieliśmy też, że przynosi to bardzo dobry efekt, bo czasami zdarzało się nawet, że właściciele obiektów prosili nas np. w lipcu, żeby wyłączyć tę reklamę, bo już mają wszystko porezerwowane, a ludzie ciągle dzwonią, i oni nie mogą już odbierać tych telefonów.

## Jak wyglądają zasoby i ruch na portalu NadMorze.pl dzisiaj?

Obecnie mamy w zasobach około 1 tys. obiektów i 1 mln unikalnych użytkowników rocznie. Dominującą kategorią są różne rodzaje domków. Widzimy zresztą od ubiegłego roku zdecydowanie rosnące zainteresowanie klientów właśnie domkami i samodzielnymi apartamentami. To są miejsca, gdzie właściwie nie ma przestrzeni wspólnych, co teraz jest dla wielu turystów bardzo ważne. Nic więc dziwnego, że takie obiekty sprzedają się coraz lepiej. Zresztą inna sprawa, że jeszcze przed pandemią taki trend już występował. Logicznym następstwem tego trendu jest to, że właśnie tego typu obiekty są najchętniej budowane nad polskim morzem.

Tu znów widzimy, jak wiele się zmieniło od czasu, kiedy NadMorze.pl startowało. W początkach portalu dominowały kwatery prywatne i budynki z lat 80. lub 70. Wspólna łazienka była czymś oczywistym, a pokoje z własną łazienką uchodziły za to lepszym standardzie. Dziś wiele z tych obiektów już nie funkcjonuje. Jeśli ktoś na bieżąco nie dokonywał modernizacji i nie podążał za trendami, musiał wypaść z rynku. Dziś nawet jeśli taki stary budynek jeszcze stoi, to zwykle koszty ewentualnego dostosowania do dzisiejszych standardów byłyby na tyle duże, że rentowność takiej inwestycji byłaby wątpliwa. ●

## JAK WYGLĄDA TEN ROK, JEŚLI CHODZI O PREFERENCJE I RUCH NA WASZYM PORTALU?

Widać zdecydowane ożywienie w porównaniu z ubiegłym rokiem. Wprawdzie w styczniu zanotowaliśmy spadek rezerwacji o 28 proc. w stosunku do stycznia ubiegłego roku, ale w kolejnych miesiącach były to duże lub bardzo duże wzrosty. Styczeń wypadł inaczej, ponieważ w ubiegłym roku był to jeszcze normalny miesiąc, z feriami zimowymi niektórych województw. Tymczasem w tym obowiązywały ograniczenia. Jednak w lutym i marcu widać było ożywienie, które przejawiało się we wzrostach w stosunku do ubiegłego roku w lutym o 21 proc., marcu o 124 proc., a w kwietniu aż o 2094 proc. Jednak ten ostatni miesiąc jest zupełnie niemiernodajny, ponieważ w zeszłym roku ruch turystyczny w kwietniu w praktyce zamarł, więc mamy tu efekt minimalnej bazy w liczbie rezerwacji.

W tych wzrostach widać największe zainteresowanie klientów domkami. Tutaj wzrosty wynosiły w lutym 32 proc., w marcu 184 proc., a w anegdotycznym z punktu widzenia tych statystyk kwietniu aż 3200 proc. Wpisuje się to w ogólny trend szukania obiektów, które nie mają lub mają minimalną liczbę wspólnych przestrzeni.

Również jeśli chodzi o rezerwacje na pobyty, które będą dopiero zrealizowane, notujemy wyraźne wzrosty. Na maj rezerwacje obiektów z naszej bazy wzrosły w tym roku o 122 proc. W czerwcu ten wzrost jest wprawdzie mniejszy i wynosi 12 proc., ale za to wzrosty w lipcu i sierpniu wynoszą odpowiednio 54 proc. i 45 proc.

## Ceny w złotych za osobobodę przy założeniu pełnego obłożenia jednostki noclegowej (np. cena domku sześciuosobowego została rozbita na sześć osób)

	kwiecień 2021	maj 2020
agroturystyka	38,8	40,9
apartamenty	56,9	47,9
poła namiotowe	24,3	23,0
domki	40,4	41,5
kwatery prywatne	44,1	42,2
ośrodki wypoczynkowe	65,0	58,2
pensjonaty	55,2	51,6

# Jakie mają być zasady organizacji wypoczynku DZIECI i MŁODZIEŻY?

**Brak możliwości organizacji wakacji w nadchodzącym sezonie letnim byłby (bez dodatkowej pomocy) bardzo dużym wyzwaniem dla całego rynku – mówi Mirosław Sikorski, prezes zarządu Biura Podróży i Turystyki „Almatur-Polska”.**



**Jak wyglądał ubiegłoroczny sezon letni, jeśli chodzi o ofertę wypoczynku dla młodzieży?**

Organizacja letniego wypoczynku dzieci i młodzieży w poprzednim sezonie była dużym wyzwaniem. Na początku marca 2020 r. mieliśmy zarezerwowanych przez klientów 10 580 miejsc na obozach w kraju i zagranicą, a ostatecznie z obozów (głównie krajowych) skorzystało 9631 osób. W stosunku do roku 2019 spadek sprzedaży wyniósł 65 proc. Od początku kwietnia było zazwyczaj na korzyść tych drugich. Część osób korzystała z możliwości zamiany rezerwacji na voucher, część rezygnowała, a w przypadku jeszcze innych sami musieliśmy odwoływać imprezy, gdy na kilkanaście dni przed wyjazdem z grupy liczącej 40 osób pozostawało kilka, kilkanaście. Problem ten dotyczył przede wszystkim wyjazdów zagranicznych. W ostatecznym rozrachunku z oferowanych 15 kierunków zagranicznych udało nam się wysłać w ubiegłym roku pojedyncze grupy do Bułgarii i ciąg grup na Maltę. Jeśli chodzi o Maltę, to oprócz wyjazdów turystycznych klienci wybierali również kursy językowe.

**Almatur ma ofertę zarówno dla dzieci i młodzieży, jak i dla dorosłych. Który z tych segmentów lepiej wypadł w ubiegłym roku?**

Głównym naszym produktem jest oferta dla dzieci i młodzieży. Przed pandemią sprzedawaliśmy z powodzeniem także wczasy i wycieczki zagraniczne (25-30 proc. całości naszej oferty). Niestety stały się one, tak jak obozy zagraniczne dla młodzieży, ofiarami pandemii. W sezonie lato 2020 nie sprzedaliśmy żadnej grupy wycieczkowej za granicę.

**Jak duże jest zainteresowanie wypoczynkiem dzieci i co tym roku jest najpopularniejsze? Czy widać jakieś zmiany w preferencjach klientów korzystających z tego rodzaju wypoczynku?**

Przygotowując się do sezonu lato 2021, nauczeni doświadczeniem ubiegłego roku, skoncentrowaliśmy się na przygotowaniu bogatej oferty krajowej dla dzieci i młodzieży. W efekcie przygotowaliśmy propozycje w 81 miejscowościach w Polsce, czyli kilkunastu więcej niż w roku 2020, ale też w 2019. Na taką decyzję miały wpływ również nasze oczekiwania związane z bonami turystycznymi, których znakomita większość ciągle nie została zrealizowana. Wyemitowane w ubiegłym roku bony o wartości 500 zł miały z założenia ożywić turystykę krajową – były do wykorzystania tylko w Polsce. Przez cały okres tegorocznej sprzedaży promowaliśmy wśród naszych klientów płatność bonem. Do dzisiaj 20-25 proc. wszystkich rezerwacji dokonywanych u nas na zbliżające się wakacje opłacono właśnie w ten sposób.

Widzimy w tym roku zainteresowanie ofertą, głównie krajową, ale zainteresowanie ofertą zagraniczną (Malta, Hiszpania), w tym kursami językowymi na Maltę i w Wielkiej Brytanii, szczególnie w ostatnich tygodniach jest bardzo duże.

Na koniec kwietnia tego roku sprzedaliśmy już 10 014 miejsc na obozy w kraju, czyli prawie tyle samo co na koniec kwietnia (było 10 037) w przedpandemicznym 2019 r.

**Jak wygląda sytuacja projektów Work & Travel? W Stanach Zjednoczonych trwa powrót do normalnego życia, czy można przewidzieć, jak będzie wyglądała najbliższa przyszłość takich ofert?**

Ostatni rok był szczególnym wyzwaniem dla programów odbywających się w Stanach Zjednoczonych, mam na myśli program Rok Szkolny w USA, Work & Travel i kursy językowe. Sytuacja rozwijała się bardzo dynamicznie, zmuszając nas do natychmiastowej reakcji. W efekcie z jednej strony wiele osób z obawy przed pandemią rezygnowało z wyjazdu lub przełożyło go na kolejny sezon. Z drugiej strony, jak w przypadku programu W&T, na pewnym etapie wyjazdy zostały całkowicie zablokowane przez proklamacje prezydenckie.

momencie ciągle czekamy na jej poluzowanie dla uczestników programu W&T i rozpoczęcie wydawania im wiz typu J1.

**Jak bardzo spadł ruch w ubiegłym roku w waszym biurze? Czy korzystaliście z jakichś form pomocy? Czy w pana ocenie była ona wystarczająca i ewentualnie czego w kolejnych tarzach brakowało?**

Pomoc, którą otrzymaliśmy, była jak do tej pory wystarczająca głównie dlatego, że zredukowaliśmy znacząco koszty stałe (czynsze, pensje itd.). Udało nam się rów-

naszych obozów czy kolonii ani nikt z naszej kadry opiekunów i instruktorów nie zgłosił nam zachorowania na COVID-19, choć obsłużyliśmy prawie 10 tys. klientów, którymi opiekowało się kilkaset osób kadry.

Odwołanie ferii zimowych w tym roku zaskoczyło nas bardzo niemiło. Brak możliwości organizacji wakacji w nadchodzącym sezonie letnim byłby (bez dodatkowej pomocy) bardzo dużym wyzwaniem dla całego rynku.

Na dzień dzisiejszy nie wiemy, czy przysporzenie z tytułu subwencji ostatecz-



Ostatecznie udało się w 2020 r. zrealizować program Rok Szkolny w USA – wyjechała blisko połowa uczestników, a pozostali przenieśli wyjazd na ten rok lub zrezygnowali. W tym roku program nauki w szkole średniej zapowiada się normalnie.

Jeśli chodzi o program Work & Travel, to pomimo zniesienia przez obecną administrację części blokujących go proklamacji, jego realizacja ciągle stoi pod znakiem zapytania. W związku z ogólnoswiatową pandemią Stany Zjednoczone prowadzą bardzo ostrożną politykę wjazdową. W tym

niezrealizować część zaplanowanych na sezon wakacyjny 2020 obozów i kolonii w Polsce.

Nasz niepokój budzi brak jakichkolwiek informacji dotyczących zasad organizacji wypoczynku dzieci i młodzieży w nadchodzącym sezonie letnim. Mamy nadzieję, że zasady te zostaną ogłoszone jak najszybciej i będą możliwe do spełnienia przez organizatorów (rozmawialiśmy na początku maja przed opublikowaniem wytycznych). W roku 2020 poradziliśmy sobie bardzo dobrze – nikt z uczestników

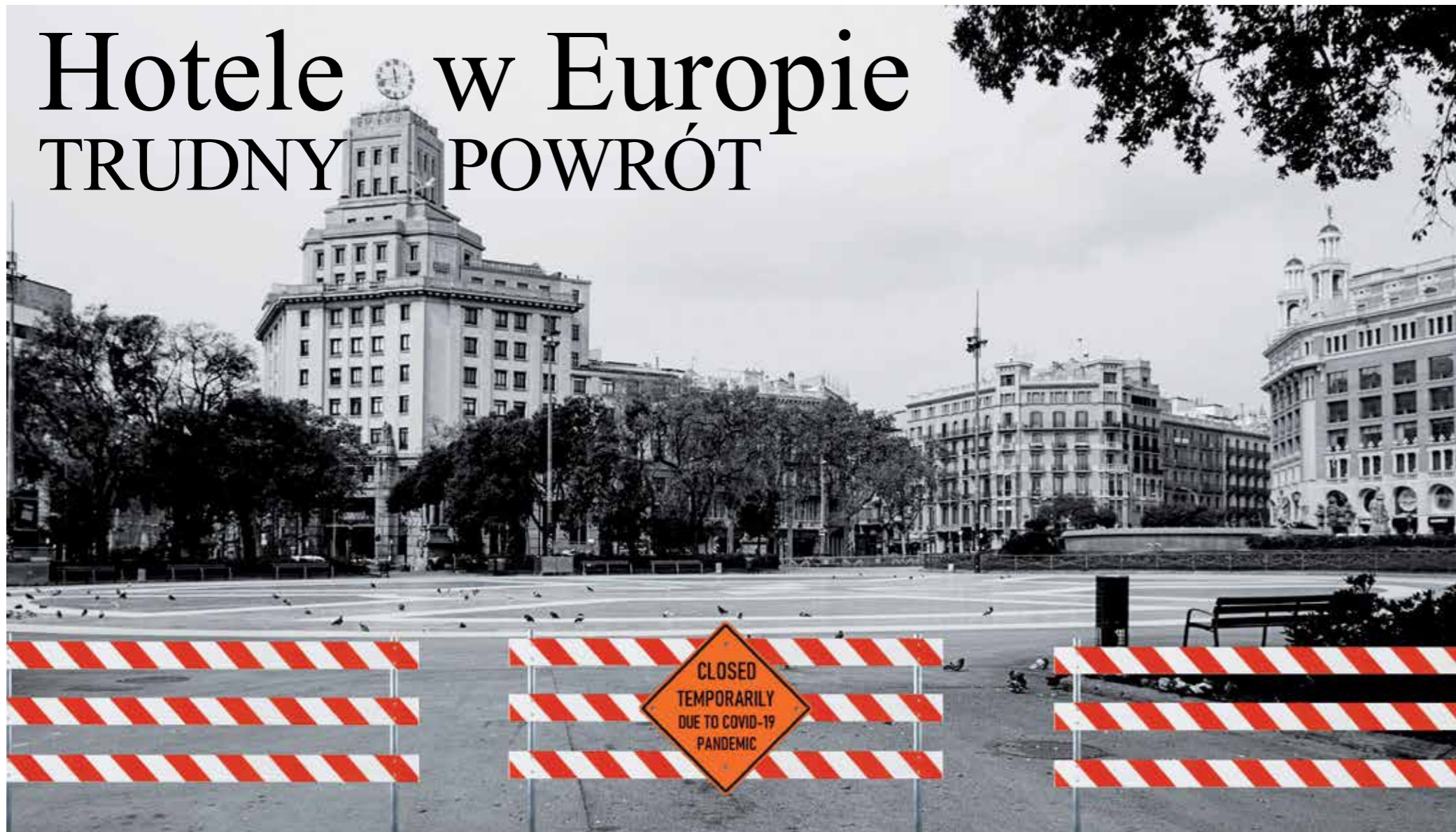
nie doczeka się zwolnienia z podatku dochodowego. Są niejasne zapowiedzi, brak konkretów. Podobne niejasności dotyczą ZUS – nieopłacone składki mają zostać zaksięgowane na kontaktach pracowników, ale... czy na pewno i kiedy?

Nie wiemy, czy, w jakiej formie i na jakich zasadach będziemy mogli zorganizować wyjazdy wakacyjne za granicę. Jak to będzie w kraju – również nie wiemy. ●

**Rozmawiał Zbigniew Adamów-Bielkiewicz**

# Hotele w Europie

## TRUDNY POWRÓT



OPR. ANDRZEJ JARCEWSKI

**Branżę hotelarską w Europie, pomimo stopniowego znoszenia obostrzeń, czeka ciężki rok. Jak wskazują badania i analizy, straty poniesione w tym roku są bardzo duże, a powrót do obrotów sprzed pandemii będzie trwał dłużej, niż sądzono.**

Złamanie się turystyki, które nastąpiło latem 2020 r., spowodowało spustoszenie w gospodarce europejskiej. W Hiszpanii dochody z turystyki przyjazdowej w szczytowym okresie od lipca do września spadły o 78 proc. rok do roku – wynika z ostatnich szacunków Banku Hiszpanii. W typowym roku turystyka stanowi około 12 proc. PKB tego kraju. Jednak w wyniku spadku w 2020 r. PKB

kraju spadł o 11 proc. i był to był największy spadek w całej Europie. Zgodnie z prognozami Goldman Sachs, jeśli ograniczenia utrzymają się do lata, Europa Południowa straci do 1,3 proc. wzrostu PKB.

Według Euler Hermes, w całej Europie odnotowano stratę 115 mld euro w obrotach branży noclegowej w 2020 r. Ze względu na słabe wyniki w I kwartale 2021 r. przewiduje się, że roczne ożywienie będzie niejednolite i częściowe.

Jednak wraz ze stopniowym znoszeniem ograniczeń w regionie popyt powinien znacznie wzrosnąć w kluczowym okresie letnim. Roczny obrót w 2021 r. może wzrosnąć w Europie o 28 proc., ale nadal będzie o około 39 proc. niższy niż w 2019 r., kiedy to osiągnął rekordowy poziom.

Można się spodziewać, że skutki pandemii w istotny sposób odbiją się na wynikach europejskiej branży hotelarskiej w 2021 r. Według danych przeanalizowanych i opu-

blikowanych przez ComprArAcciones.com, przychody mogą spaść nawet o 50 proc. w ciągu roku.

### BĘDZIE LEPIEJ, ALE NADAL ŹŁE

Różne raporty przypisują te wyniki temu, że branża hotelarska będzie jedną z ostatnich, która podniesie się po pandemii. W rzeczywistości powrót do poprzednich wyników może nastąpić w 2023 r. lub później, ponieważ ograniczenia w podróżowaniu i potrzeba zachowania dystansu społecznego nadal będą wpływać na wyniki hoteli i decyzje klientów.

Z badania przeprowadzonego przez S&P Global wynika, że w najbliższych kilku latach liczba podróży służbowych może spaść od 10 proc. do 30 proc. W związku z tym hotele, które obsługują konferencje

### O ANKIECIE IGHP

W ankiecie przeprowadzonej 10-13 maja wzięły udział 254 hotele ze wszystkich województw. 69 proc. z nich mieści się w miastach. 26 proc. to obiekty sieciowe. Większość ankietowanych (80 proc.) to hotele liczące do 150 pokoi, 64 proc. ma mniej niż 100 pokoi, a średnia wielkość obiektu wyniosła 92 pokoje. Hotele, w których przeważa ruch biznesowy, stanowiły 37 proc., łączące segment biznesowy z turystycznym 41 proc., a specjalizujące się w turystyce wypoczynkowej – 22 proc. Dominującymi formami biznesu hotelowego wśród ankietowanych są mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa (88 proc.). Wszystkie te dane procentowe są niemal niezmiennie od początku przeprowadzania przez IGHP ankiet, niezależnie od zmieniającej się liczby respondentów.

W tym roku wolumen transakcji w regionie wyniósł zaledwie 3,1 mld euro. Obroty związane z zakwaterowaniem w Europie wzrosną o 28 proc. w 2021 r., ale nadal utrzymają się o 39 proc. poniżej poziomu z 2019 r.

Zainteresowane strony z branży hotelarskiej mają nadzieję na odbicie w lecie 2021 r. Jednak ze względu na utrzymujące się ograniczenia w podróżowaniu perspektywy nie są dobre. Według analityków Allianz, europejski niezależny sektor hotelarski odzyska latem tylko jedną czwartą spadków w 2020 r. Według jego szacunków sprzedaż sektora spadła o 50 proc. w 2020 r.

### SYTUACJA W POLSCE

#### – WEDŁUG IGHP

Jak informuje Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego, kwiecień okazał się kolejnym fatalnym miesiącem dla branży. Liczba zamkniętych hoteli zbliżyła się do 40 proc., a 86 proc. otwartych obiektów miało zajętych mniej niż 20 proc. miejsc, z czego 1/5 poniżej 2 proc. – wynika z ankiety. Badanie potwierdziło również, że hotele są przygotowane pod względem sanitarnym do obsługi klientów, a obostrzenia w tym zakresie powinny być jak najszybciej zniesione lub przynajmniej istotnie poluzowane. Podobny wniosek dotyczy otwarcia restauracji i barów dla gości hotelowych.

Wysoki wzrost zachorowań na COVID-19 w marcu oraz utrzymanie w kwietniu zamknięcia hoteli dla turystów z ograniczoną listą dopuszczonych pobytów służbowych wciąż miały wyraźnie negatywny wpływ na wyniki obiektów w kwietniu. Przede wszystkim znacznie wzrosła liczba hoteli zamkniętych – stanowiły aż 37 proc. ankietowanej grupy, co oznacza wzrost do marca aż o 20 punktów procentowych. Z pozostałej części 86 proc. obiektów odnotowało średnią frekwencję poniżej 20 proc., w tym 60 proc. poniżej 10 proc. Obłożenie poniżej 2 proc. wykazało 19 proc. ankietowanych. To oznacza pogorszenie wskaźnika frekwencji w stosunku do marca od kilku do kilkunastu punktów procentowych w poszczególnych przedziałach. Kwiecień był również kolejnym miesiącem pogorszenia wskaźnika średniej ceny. Z wyłączeniem obiektów zamkniętych, 66 proc. hoteli odnotowało niższe ceny niż w kwietniu 2019 r., przy czym dla 53 proc. spadki były większe niż 10 proc., a dla 36 proc. większe niż 20 proc. Jednocześnie 22 proc. hoteli

FOT. PIXABAY



utrzymało średnie ceny na ubiegłorocznym poziomie.

#### MAJÓWKA BEZ DOCHODÓW

Dane ankietowe dotyczące przyjętych rezerwacji na kolejne miesiące, w tym uwzględniające wakacyjne lipiec i sierpień, utrzymują się na niskim poziomie. Jest to przede wszystkim efekt słabych wyników marca i kwietnia oraz przedłużenia

restrykcji dla hoteli, łącznie z tzw. długim weekendem majowym i brakiem jasnych wytycznych rządowych dla kolejnych miesięcy, w tym najbliższego okresu sprzyjającego pobytom wypoczynkowym, tj. tzw. weekendu czerwcowego. Prognozy wciąż wskazują na bardzo ostrożne oczekiwanie odbudowy zarówno ruchu biznesowego, jak i turystycznego. Niemal we wszystkich kolejnych czterech miesiącach blisko 75 proc.

hotelu deklaruje obłożenie nie wyższe niż 20 proc. Z pozytywnych informacji można tylko odnotować niewielki odsetek hoteli, które zamierzają pozostać zamknięte – ok. 3 proc. w kolejnych miesiącach.

W związku z utrzymaniem zamknięcia hoteli na czas tzw. długiego weekendu majowego, ich otwarciem dopiero od 8 maja z ograniczeniem do 50 proc. miejsc i bez możliwości świadczenia otwartej gastro-

nomii oraz usług towarzyszących (basen, SPA), IGHP poprosiła hotele o oszacowanie majowych strat wynikających z utrzymania tych obostrzeń i ograniczeń. Respondenci oszacowali średnią stratę na 320 tys. zł na obiekt, a przeliczając na pokój hotelowy – 3,8 tys. zł. To oznacza, że branża licząca 2,6 tys. hoteli z 145 tys. pokoi ocenia straty tylko w maju na minimum pół miliarda złotych!

#### MNIEJ SKRAJNYCH PESYMISTÓW

Podobnie jak w poprzednich miesiącach, blisko 92 proc. hoteli nie przewiduje osiągnięcia zysku z działalności operacyjnej wcześniej niż na koniec 2022 r., a wyraźnie niekorzystny odsetek hoteli wskazujących na okres późniejszy niż rok 2022 utrzymał się na poziomie ponad 60 proc. Nieco lepiej wypadła ocena powrotu przychodów do poziomu z lat 2018-2019. Jednak wciąż jako najbardziej prawdopodobny wskazywano rok 2023 – tak oceniło 41 proc. ankietowanych, a spora część, bo 35 proc., podała rok 2024 i późniejsze lata.

Mając na uwadze odpowiedzi na pytania dotyczące wciąż słabych prognoz dla nadchodzących miesięcy, pozytywnie zaskakuje wzrost optymizmu hotelarzy: nastroje bardziej pesymistyczne zaprezentowało już tylko 37 proc. hoteli (spadek do marca o 25 p.p.!), optymistów jest 23 proc., a udział odpowiedzi „bez zmian” to 40 proc.

#### HOTELE GOTOWE NA REŻIM SANITARNY

Zdecydowana większość hoteli (blisko 95 proc.) potwierdziła gotowość do obsługi gości w reżimie sanitarnym w całości obiektu (a nie tylko w połowie pokoi), z otwartą gastronomią i dostępnymi pozostałymi usługami towarzyszącymi (np. basen, strefy SPA), a także usługami dla segmentu spotkań (MICE). Wyniki te nie zaskakują. Warto przypomnieć, że w okresie otwarcia

hotelu w lutym, tysiące kontroli przeprowadzonych przez państwowe służby sanitarne wykazały tylko kilka drobnych uchybień, co potwierdziło Ministerstwo Zdrowia. IGHP jest przekonana, że przygotowanie hoteli do obsługi gości w reżimie sanitarnym to nie tylko deklaracje, ale faktycznie wprowadzone procedury.

#### SPOTKANIA BIZNESOWE Z PERSPEKTYWY HOTELARZY

Kwiecień, maj i czerwiec to miesiące, w których przed pandemią organizowano wiele imprez o różnym charakterze. IGHP chciała poznać trend rynkowy – czy segment MICE ma szansę na odbudowanie się. Zebrane informacje wskazują, że jest popyt na usługi konferencyjne, ale jego realizację obecnie utrudniają czy wręcz uniemożliwiają obowiązujące obostrzenia. Pomijając hotele, które nie dysponują odpowiednią infrastrukturą do obsługi konferencji, 85 proc. obiektów potwierdziło, że otrzymuje zapytania o możliwość organizowania spotkań biznesowych, w tym 44 proc. oceniło liczbę zapytań jako dużą lub umiarkowaną. W przypadku hoteli biznesowych wskaźnik ten wynosi już 53 proc., a w hotelach miejskich aż 68 proc. Uwzględniając fakt, że hotele są przygotowane pod względem sanitarnym do obsługi segmentu MICE, obostrzenia w tym zakresie powinny być jak najszybciej zniesione, a przynajmniej istotnie poluzowane. Podobny wniosek dotyczy także otwarcia restauracji i barów dla gości hotelowych. ●





## Podziemia turystyczne w Olkuszu pod rynkiem starego miasta

ALBIN MARCINIAK

*Po blisko dekadzie od odkrycia zabytkowych piwnic podziemia w Olkuszu zostają udostępnione zwiedzającym.*

**W** 1905 r. na olkuskim rynku wybudowano ceglana neogotycką wieżę ciśnień, uszkadzając przy tym wschodnią ścianę piwnic ratusza. Na mury piwnic natrafiono w 2011 r. podczas prac objętych projektem „Rewitalizacja i ochrona olkuskiej starówki”. Podjęto decyzję o docelowej

adaptacji odkrytych pozostałości ratusza w celu utworzenia tam podziemnej trasy turystycznej. Odgruzowano piwnice, poddano konserwacji i częściowo zrekonstruowano mury oraz sklepienia piwnic. Ciekawym odkryciem był piec hypokaustyczny ogrzewający niegdyś cały budynek. Natrafiono także na zasypany szybik górniczy pochodzący prawdopodobnie sprzed czasów lokacji

FOT. ALBIN MARCINIAK

miasta. Zabytkowe piwnice zostały zabezpieczone okalającym murem i płytą stropową. Na poziomie płyty rynku obrys ratusza został uczyniony poprzez zastosowanie innego rodzaju nawierzchni oraz nadbudowanie fragmentów murów. Z kolei obrys wieży ratuszowej został zaakcentowany kształtem drewnianej sceny. Wykonano też klatkę schodową do piwnic ratusza.

### MIEJSCE I EKSPONATY

Warto dodać, że podczas rewitalizacji starówki pozyskano przeszło 100 tys. zabytkowych przedmiotów, w tym monety, ceramikę, tajemnicze kamienne kule, elementy odzieży i obuwia, ozdoby, a także ostrogi, noże, nożyce, podkowy, toporki oraz przedmioty wykonane z olkuskiego ołowiu, których część jest eksponowana w podziemnej trasie turystycznej w piwnicach ratusza i kwartalu królewskiego.

W 2018 r. rozpoczęły się prace w podziemiach ratusza, których celem było przygotowanie obiektu do utworzenia tam nowoczesnej ekspozycji muzealnej. Od 2020 r. trwały prace nad stworzeniem samej ekspozycji.

Ekspozycje w podziemiach ratusza i kwartalu królewskiego pozwalają w nowoczesny oraz interaktywny sposób zapoznać się z niezwykłą historią Srebrnego Miasta i miejscowego

górnictwa, a także samych zabytkowych obiektów, w których zostały zlokalizowane. Ich zwiedzanie to podziemny spacer, podczas którego można dotknąć historii, a każdy znajdzie coś dla siebie.

### HISTORIA MIASTA W PODZIEMIACH

Ekspozycja w podziemiach ratusza przedstawia w ciekawy sposób historię Srebrnego Miasta. Jej elementem jest m.in. przestrzenna makieta pokazująca Olkusz w czasach największej świetności, czyli pod koniec XVI wieku. W podziemiach można także zobaczyć replikę astrolabium – urządzenia astronomicznego, które należało do słynnego olkuskiego astronoma i astrologa Marcina Bylicy. Część ekspozycji jest poświęcona historii samego ratusza – siedziby władz miasta, kancelarii i więzienia miejskiego.

Istotnym elementem ekspozycji są znaleziska archeologiczne, na które natrafiono podczas rewitalizacji olkuskiej starówki. Na pewno dużą atrakcją stanowią multimedia, czyli filmy, animacje, prezentacje, nagrania dźwiękowe i gry, jak również instalacje i ekspozycje interaktywne, w tym modele ekspozycji oraz instalacje artystyczne. Zastosowanie multimediów ma nie tylko uatrakcyjnić ekspozycję i formę przekazu, ale także dać



możliwość wyboru przez zwiedzających tematu i zakresu wiedzy oraz ułatwić zwiedzanie osobom niepełnosprawnym.

#### HISTORIA GÓRNICTWA SREBRNEGO MIASTA

Z kolei ekspozycja w podziemiach dawnego starostwa jest poświęcona historii olkuskiego górnictwa oraz mennicy królewskiej. Można tam zobaczyć m.in. stanowiska interaktywne, gdzie zostały zaprezentowane modele i repliki dawnych urządzeń górniczych i hutniczych, takich jak m.in. kierat, płuczka, śruba Archimedesa czy tzw. Paternoster. Jest też część poświęcona metalurgii, gdzie można zobaczyć repliki pieców używanych do wytopu ołowiu i srebra. Jedną z komór piwnic, nazwaną „Srebrną komnatą”, jest opowieścią o historii srebra od starożytności po czasy współczesne. Tam można obejrzeć replikę Srebrnego Krzyża Gwarków Olkuskich, którego oryginał znajduje się w olkuskiej bazylice. W ekspozycji została także przedstawiona historia olkuskiej mennicy. Co więcej, jest specjalna prasa, w której można wybić replikę olkuskiego trojaka. W gablotach są prezentowane m.in. znaleziska archeologiczne, na które natrafiono podczas rewitalizacji olkuskiej starówki i kwartału królewskiego.



Przybliżenie historii olkuskiego górnictwa i hutnictwa ułatwić ma także opracowany audioprzewodnik, dostępny również w wersji dla osób niepełnosprawnych, oraz spójny system informacji i identyfikacji wizualnej.

– Nasze miasto zyskało nowoczesny obiekt o dużym znaczeniu dla mieszkańców i turystów, który wzmocni rozwój gospodarczy i kulturalny Olkusza, a także wpłynie na wykreowanie nowego wizerunku naszego miasta poprzez promowanie i upowszechnianie w innowacyjny sposób wiedzy o historii regionu i górnictwa. Nas nie będzie, a te obiekty pozostaną dla potomnych, jako świadectwo naszej historii. Zapraszamy do Olkusza – podsumował nową atrakcję Roman Piasnik, burmistrz miasta i gminy Olkusz.

Olkuskie podziemia to kolejny ważny punkt na mapie podziemnych atrakcji turystycznych w Polsce. Miejsce, które zdecydowanie warto zobaczyć. Wszak Olkusz to nie tylko Zamek Rabsztyn czy pobliska Pustynia Błędowska. Podążając szlakiem Jury Krakowsko-Częstochowskiej, warto odwiedzić to miasto, słynące niegdyś z Fabryki Naczyń Emaliowanych i wyrobów będących w każdym domu. ●



# Czeskie „naj”

*Najwyższa góra, najgłębsza jaskinia, najdłuższa grobla, najszerszy kościół... Prezentujemy kilka czeskich rekordów architektonicznych i geograficznych.*

OPR. REDAKCJA

## Najwyższy i najniższy punkt

Najwyższą górą w Czechach jest Śnieżka (1603 m n.p.m.) w Karkonoszach. Najwyższym stałym punktem w Czechach (ok. 1638 m n.p.m.) i jednocześnie najwyższą wieżą widokową (146,5 m) jest nadajnik telewizyjny na szczycie góry Pradziad w Jesionikach. Naturalny najniższy punkt leży w Przepaści Hranickéj (studnia krasowa) na Morawach. Sucha część przepaści sięga wprawdzie tylko 70 m, ale na jej dnie znajduje się wejście do jaskini podwodnej, której głębokość wynosi ponad 1 km. Jest to więc najgłębsza na świecie zatopiona jaskinia słodkowodna! A najgłębszy sztucznie utworzony punkt? To dawne kopalnie uranu w Příbramii, których głębokość wynosi do 1838 m.



## Najwyższe wieże

Najwyższą wieżą zamkową w Czechach jest wieża Spanilá w pałacu w Tovačovie niedaleko Olomuńca, mierząca 96 m. Z najwyższej wieży kościelnej (102 m) słynie katedra św. Bartłomieja w Pilźnie. Na drugim miejscu plasuje się wieża katedry św. Wacława w Olomuńcu, która mierzy 101 m, a na trzecim miejscu – główna wieża katedry św. Wita na Zamku Praskim, mierząca 96 m. W niej znajduje się największy czeski dzwon – Zygmun. To prawdziwy rekordzista: pochodzi z 1549 r., jego wysokość wynosi ponad 2 m, średnica prawie 2,6 m, a waga około 16,5 tony. Żadna z wież kościelnych czy zamkowych w Czechach nie dorównuje wysokością wieży telewizyjnej w Pradze, której najwyższy punkt sięga 220 m nad ziemią. Najwyższymi budowlami w Czechach są dwa nadajniki o wysokości 355 m koło miasta Český Brod, około 30 km na wschód od Pragi.

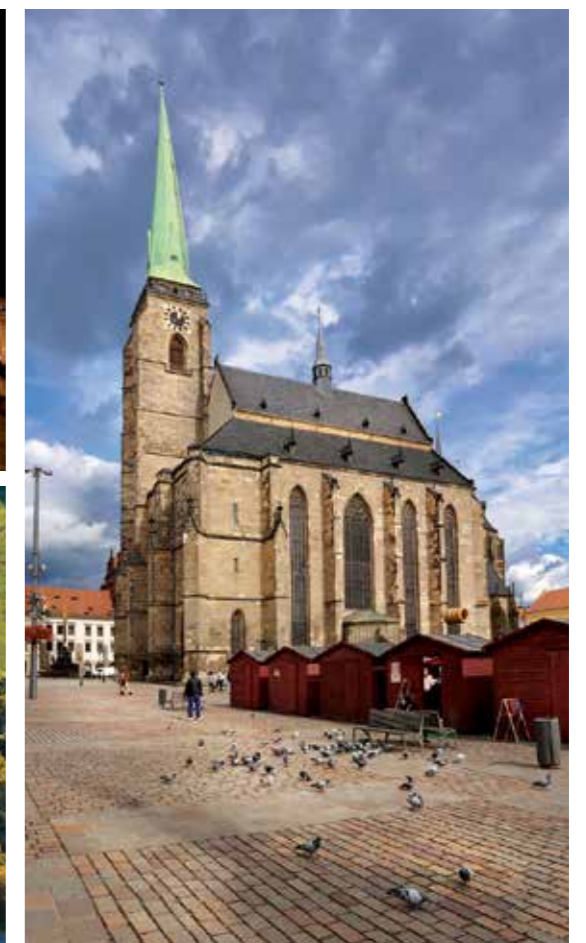


FOT: KARKONOSZE, PRADEJ, PRAGA, NADAJNIK, PILZNO, LIPNO, PRAGA, KATEDRA, KLADRUBY

## Najwyższe i najdłuższe groble i zapory wodne



Najwyższa ziemna grobla w Czechach znajduje się na rzece Iglawie na Wysoczyźnie. Jej wysokość wynosi 100 m. Najdłuższą groblę ziemną zobaczymy na zaporzach Nechanice na zachodzie Czech. Mierzy 3280 m, a jej podstawy mają szerokość 800 m. Najwyższa betonowa grobla znajduje się na zaporzach Orlik na południu Czech. Największe sztuczne jezioro w Czechach tworzy zaporą w Lipnie na Szumawie. Jego powierzchnia wynosi niemal 50 km kw.



## Najwyższe, najszersze i najdłuższe kościoły

Największą i najszerszą świątynią w Czechach jest katedra św. Wita na Zamku Praskim. Długość budowli wynosi 124 m, a szerokość 60 m. Na drugim miejscu plasuje się kościół Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny i św. Jana Chrzciciela w Sedlcu koło Kutnej Hory. Jego długość wynosi 92 m, a szerokość 41 m. Trzecie miejsce zajmuje kościół Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny, św. Wolfganga i Benedykta na terenie klasztoru w Kladrubach, który ma 91 m długości i 31 m szerokości.

## PRENUMERATA TO WYGODA I GWARANCJA REGULARNEGO OTRZYMYWANIA PISMA

### Oferta specjalna!!!

- prenumerata dla studentów – 30%\*
- prenumerata dla członków Polskiej Izby Turystyki – 20%\*
- prenumerata dla członków Stowarzyszenia „Polskie Hotele i Obiekty Historyczne – Wypoczynek w Zabytkach” – 20%\*
- prenumerata dla biur zrzeszonych w TSS Polska Touristik Service System Sp. z o.o. – 20%\*

\* Przy zamówieniu prenumeraty na dowolny okres rabat liczony jest od cen wyjściowych.  
Oferta ważna po przesłaniu kopii dokumentu potwierdzającego członkostwo w organizacji lub kopii legitymacji studenckiej pod numer faksu +48 22 333 88 82.

Aby zamówić prenumeratę:

- zadzwoń: +48 22 333 88 26, albo
- prześlizż zamówienie faksem: +48 22 333 88 82, albo
- prześlizż zamówienie e-mailem: bok@pws-promedia.pl, albo
- wypełnij formularz na stronie [www.rynekturystyczny.pl/prenumerata](http://www.rynekturystyczny.pl/prenumerata), albo
- wyślizż zamówienie na adres: PWS PROMEDIA, ul. Paca 37, 04-386 Warszawa, Dział Prenumeraty

Rynek Turystyczny	prenumerata	liczba egzemplarzy	cena po rabacie	liczba prenumerat	zamawiam od numeru
	1 egz.	1	<b>15 zł</b>		
	półroczna	6	5% rabatu <b>86 zł</b>		
	roczna	12	10% rabatu <b>162 zł</b>		
	studencka	12	30% rabatu <b>126 zł</b>		

Ceny zawierają 5% VAT

Promocja!!! „Rynek Turystyczny” w pakiecie z miesięcznikiem „Hotelarz”:

Pakiet „Rynek Turystyczny” + „Hotelarz”	prenumerata roczna po rabacie	liczba prenumerat	zamawiam od numeru
	<b>252 zł</b>		

#### Dane do wystawienia faktury:

nazwa firmy .....

ulica ....., nr .....

kod ..... miasto ....., NIP .....

#### Dane do realizacji zamówienia:

nazwa firmy .....

imię i nazwisko osoby zamawiającej .....

....., stanowisko .....

ulica ....., nr ....., kod .....

miasto ....., tel. kontaktowy .....

e-mail .....

Wyrażam zgodę na przetwarzanie danych osobowych dla celów promocyjnych i marketingowych przez PWS PROMEDIA Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Paca 37, 04-386 Osoba udostępniająca swoje dane ma prawo do wglądu oraz poprawiania ich.

..... data ..... podpis osoby upoważnionej

## Rynek Turystyczny

Ukazuje się od 1992 r.  
[www.rynekturystyczny.pl](http://www.rynekturystyczny.pl)  
rynekturystyczny@pws-promedia.pl

**REDAKTOR NACZELNY**  
Zbigniew Adamów-Bielkiewicz  
z.bielkiewicz@pws-promedia.pl  
tel. +48 22 333 88 17

**SEKRETARZ WYDAWNICTWA**  
Anna Jabłońska  
a.jablonska@pws-promedia.pl  
tel. +48 22 333 80 03

**REDAKCJA INTERNETOWA**  
Wiktoria Kotakowska  
w.kolakowski@pws-promedia.pl

**WSPÓŁPRACA**  
Agnieszka Jezierska, Weronika Pazdro,  
Katarzyna Podgórska, Marek Piotrowski,  
Andrzej Jarczewski

**STUDIO GRAFICZNE**  
Elżbieta Grudzień

**KOREKTA**  
Dorota Ciepiewska

**ProMedia**  
PUBLIKACJA WYDAWNICTWA SPECJALISTYCZNE

**Polskie Wydawnictwa Specjalistyczne ProMedia Sp. z o.o.**  
ul. Paca 37, 04-386 Warszawa  
biuro@pws-promedia.pl  
tel. +48 22 333 88 14  
faks +48 22 333 88 82

**ZARZĄD**  
prezes zarządu – Małgorzata Windorbska  
członek zarządu – Helena Gluc  
członek zarządu – Krzysztof Gonciarek

**REKLAMA**  
kierownik działu – Małgorzata Grenda  
m.grenda@pws-promedia.pl  
tel. +48 22 333 88 02; faks +48 22 333 88 99

z-ca kierownika działu – Wioletta Wiater  
w.wiater@pws-promedia.pl  
tel. +48 22 333 88 10

Mirosława Włodarczyk  
m.wlodarczyk@pws-promedia.pl  
tel. +48 22 333 88 04

Anna Sienkiewicz  
a.sienkiewicz@pws-promedia.pl  
tel. +48 22 333 88 06

Katarzyna Chmal  
k.chmal@pws-promedia.pl  
tel. 606 858 767

International Sales: Mirek Kraczkowski  
mirek.kraczko@gmail.com  
tel. +48 22 401 70 01; mob. +48 600 344 881

**FAKTURY/KADRY**  
Marzena Michałik  
kadry@pws-promedia.pl  
tel. +48 22 333 88 14

**PRENUMERATA I KOLPORTAŻ**  
Monika Sadowska-Kłakus  
prenumerata@pws-promedia.pl  
tel. +48 22 333 88 26; faks +48 22 333 88 82

**Drukarnia JANTAR**  
Nakład 4000 egz.  
Zamówienia na prenumeratę realizują także:  
Kolporter Sp. z o.o. S.K.A.,  
Garmond Press S.A., GLM Sp. z o.o., RUCH S.A. –  
zamówienia można składać na stronie [www.prenumerata.ruch.com.pl](http://www.prenumerata.ruch.com.pl),  
e-mail: prenumerata@ruch.com.pl lub  
tel.: 801 800 803, 22 717 59 59 – w godz. 7.00–18.00.  
Koszt połączenia wg taryfy operatora.

Sprzedaż egzemplarzy archiwalnych  
w Dziale Dystrybucji  
tel. +48 22 333 88 26

Publikacja jest chroniona przepisami prawa autorskiego.  
Wykonywanie kserokopii lub powielanie inną metodą oraz rozpowszechnianie bez zgody Wydawcy w całości lub części jest zabronione i podlega odpowiedzialności karniej. Redakcja zastrzega sobie prawo skracania i adiacji tekstów oraz zwrótu materiałów zamówionych, a niezatwierdzonych do druku. Materiałów niezamówionych nie zwracamy.  
Nie ponosimy odpowiedzialności za treść zamieszczanych reklam.

# Gmina Sulejów

## Turystyczną perłą centralnej Polski



Sulejów jest jedną z najbardziej malowniczych gmin w centralnej Polsce, znajdującą się na terenie powiatu piotrkowskiego w województwie łódzkim. Tutaj odpoczniesz na łonie natury i zwiedzisz bezcenne zabytki – przede wszystkim pomnik historii prezydenta RP, czyli znajdujący się na europejskim szlaku cysterskim zespół opactwa cystersów z XII wieku, który jest jednym z najcenniejszych zabytków województwa łódzkiego. W części zabytkowego opactwa obecnie znajduje się Hotel Podklasztorze, który oferuje usługi o wysokim standardzie m.in: basen, spa oraz nocleg w średniowiecznej „Celi Opata”. Przy kościele znajduje się muzeum oraz wystawa drewnianych rzeźb poplenerowych, stanowiąca jednocześnie atrakcyjny plener fotograficzny. Prawie połowę terenu gminy zajmują lasy, które zachęcają do spacerów albo przejażdżek rowerowych po leśnych duktach Sulejowskiego Parku Krajozobrazowego czy obszarze Natura 2000. Natomiast wody Zalewu Sulejowskiego, rzeki Pilicy i Luciąży zachęcają do połowów ryb oraz uprawiania sportów wodnych: kajakarstwa, żeglarstwa, windsurfiningu. Ponadto na fragmencie Zalewu można również pływać skuterami wodnymi oraz motorówkami. Na terenie malowniczych, gminnych terenów znajdują się dobrze rozwinięte bazy: agroturystyczne, biwakowe, noclegowe, gastronomiczne, kilka portów i przystani oraz firmy oferujące spływy kajakowe. W celu poprawy atrakcyjności i promocji turystycznych walorów krajozobrazowych i przyrodniczych doliny rzeki Pilicy, w 2018 r. powstał „Szlak Wodny Rzeki Pilicy” z Maluszyna do Sulejowa, wraz z niezbędna małą architekturą o długości 74 km. – Rozwój bazy turystycznej jest dla nas bardzo ważny, dlatego konsekwentnie inwestujemy w infrastrukturę, również tę drogową. Aktualnie w Sulejowie powstaje kładka pieszo-rowerowa nad Pilicą. Rozwijamy też infrastrukturę sportową, budujemy m.in. pierwszy w Polsce basen pasywny i sportową halę pasywną. Można korzystać z kompleksów boisk oraz siłowni zewnętrznych. Na początku roku rozpoczęto pogłębianie Pilicy, jedną z najważniejszych inwestycji na terenie miasta. Dzięki tym działaniom, realizowanym przez przedstawicieli Wód Polskich, uregulowany zostanie nurt rzeki i powstaną nowe plaże i miejsca rekreacji. Odnajdą się u nas zarówno ci, którzy szukają ciszy i spokoju, jak i turyści, lubiący aktywnie spędzać czas, dlatego każdy chętnie tutaj wraca - zaprasza Wojciech Ostrowski, burmistrz Sulejowa. Więcej informacji na temat sulejowskich atrakcji turystycznych znajdą Państwo na gminnej stronie internetowej [www.sulejow.pl](http://www.sulejow.pl).

Zapraszamy do Sulejowa!

#### PLAN IMPREZ

##### Imprezy sportowe:

**25-27 czerwca 2021 r.** – Mistrzostwa Polski Niesłyszących w siatkówce plażowej.

**9-14 sierpnia 2021 r.** – Mistrzostwa Świata Niesłyszących w siatkówce plażowej.

**4 września 2021 r.** – VIII Ultra Maraton wokół Zalewu Sulejowskiego (na dystansie 50 km – bieg i rower mtb oraz 10 km – bieg).

##### Imprezy kulturalne:

**21-25 czerwca 2021 r.** – V Międzynarodowy Plener Rzeźbiarski, Opactwo Cystersów w Sulejowie.

**23 czerwca 2021 r.** – Noc świętojańska oraz nocny spływ kajakowy z pochodniami.

**Lipiec-sierpień 2021 r.** – zajęcia wakacyjne dla dzieci. Warsztaty edukacyjne, zabawy, zajęcia plastyczne oraz wycieczki sportowe po ziemi sulejowskiej.

**14-15 sierpnia 2021 r.** – Dni Sulejowa – gwiazda wieczoru Piotr Cugowski z zespołem.

**28 sierpnia 2021 r.** – Dożynki Gminy Sulejów w miejscowości Kłudzice z udziałem kapel z różnych regionów Polski – „Folkowo i wielokulturowo – przegląd ludowych nut”. Gwiazdą wieczoru będzie zespół góralski z Zakopanego – BACIARY.

Ze względu na ograniczenia COVID-19 plan imprez może ulec zmianie.



#### Dane kontaktowe:

Referat Promocji, Kultury, Turystyki i Sportu

Urzędu Miejskiego w Sulejowie

Ul. Konecka 42, 97-330 Sulejów

Tel.: (+48 44) 61 02 520

Fax: (+48 44) 61 62 551

Email: [promocja@sulejow.pl](mailto:promocja@sulejow.pl)

[www.sulejow.pl](http://www.sulejow.pl)

[www.facebook.com/Sulejow](https://www.facebook.com/Sulejow)

[www.instagram.com/sulejow/](https://www.instagram.com/sulejow/)



*Narewka Naturalnie!*

GMINA  
**NAREWKA**



 [www.narewka.pl](http://www.narewka.pl)

 [facebook.com/gmina.narewka](https://facebook.com/gmina.narewka)

 [instagram.com/itnarewka](https://instagram.com/itnarewka)

