

# Przyszłość

w silnych organizacjach branżowych. Konsorcjum Signature Travel Network zdecydowało, że wszyscy jego członkowie muszą należeć do ASTA. **strona 4**

## „No limits” Itaki

Organizator przygotowuje nowy produkt przeznaczony dla klientów preferujących aktywny wypoczynek. **strona 7**

### WYDARZENIA

**Branża ponad podziałami.** Posłowie i przedstawiciele branży lobbują za utworzeniem w Parlamencie Europejskim ponadfrakcyjnej grupy roboczej ds. turystyki. **strona 7**

### TRENDY

**Samodzielni klienci generują nowy zakres usług.** Amerykańscy hotelarze odkryli nową grupę docelową, w której potrzeby nie jest tak łatwo trafić. Mowa o IGI. **strona 9**

## sonda numeru

**Czy klienci przywiązują się do opinii z internetu?** Większość klientów korzysta z informacji w internecie. Wydaje mi się, że coraz częściej konsumenci przywiązują wagę do negatywnych opinii przeczytanych w sieci na temat touroperatorów – mówi Barbara Bieniek-Małołepsza. **strona 4**

### DESTYNACJE

**Ambitne plany Maroka.** Dwukrotny wzrost sektora turystyki oraz mocna pozycja w gronie 20 najpopularniejszych destynacji świata w ciągu najbliższych sześciu lat. To tylko niektóre postanowienia zawarte w dokumencie „The Morocco 2020 Tourism Vision”. **strona 14**

### WORKSHOP

**Nowa atrakcyjna destynacja biznesowa.** Portugalia według World Tourism zajmuje 25. miejsce na świecie wśród kierunków turystycznych. Dobra promocja kraju oraz bezpośrednie połączenia od przyszłego roku mają wpłynąć na zwiększenie przyjazdów polskich turystów. **strona 14**

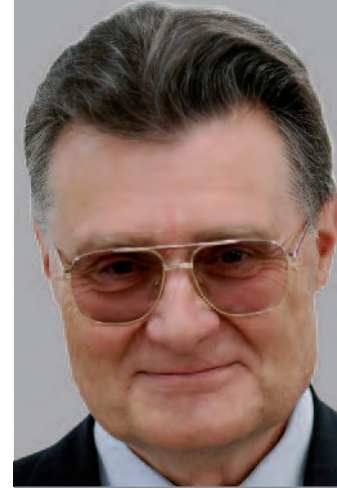
### TECHNOLOGIE

**Kasy fiskalne krok po kroku.** Kupować kasę fiskalną i stosować w firmie czy nie – to pytanie, które zadaje sobie wielu agentów turystycznych. Przepisy, choć dość skomplikowane, to dają jednoznaczną odpowiedź. Wyjaśniamy kto powinien mieć kasę fiskalną i jak z niej korzystać. **strona 15**



## III Forum Agentów Biur Podróży

26 listopada 2014, Adgar Plaza, Warszawa



Doroczne spotkanie agentów i wiodących organizatorów turystyki.

**Musisz tam być**

prof. Andrzej Jacek Blikle

gość specjalny

Zgłoszenia

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

**Tour Salon** | W Poznaniu odbyła się dwudziesta piąta edycja targów turystycznych

## Targi zmieniają się razem z branżą, czas na technologie

**Komercjalizacja i informatyzacja firm z branży turystycznej to ważny trend, jaki wyłonił się podczas tegorocznych targów Tour Salon, które właśnie obchodzą swoje dwudziestopięcioletnie.**



Andrzej Byrt, prezes MTP otwierając XXV Tour Salon nawiązywał do analogi z dwudziestą piątą rocznicą demokratycznych przemian w Polsce.

**W** natłoku codziennej pracy niewiele jest okazji, by spotkać się twarzą w twarz z kontrahentami i nawiązywać nowe kontakty. Szansą na to są doroczne targi turystyczne Tour Salon w Poznaniu, które w tym roku obchodzą jubileusz. – Te 25 lat wskazują jak rynek się zmienia. Tempo przeobrażeń jest ogromne. Ostatnie 5–6 lat to okres bardzo dy-

namicznych zmian. Przypomina mi to pierwsze lata istnienia Tour Salonu, kiedy to następował rozkwit – goniliśmy Zachód. Dziś branża się konsoliduje i specjalizuje w związku z rozwojem nowych technologii – mówi wiceprezes Międzynarodowych Targów Poznańskich Przemysław Trawa. Jak mówi, tematyka targów zmierza silnie w stronę e-commerce, turystyki

biznesowej i branży spotkań, ulegając stopniowej komercjalizacji i informatyzacji. Potwierdza to wiceminister Katarzyna Sobierajska. – Rok 1989 to ważna data zarówno dla Polski, jak i dla targów poznańskich. To moment, kiedy rozpoczęła się komercjalizacja usług turystycznych w naszym kraju oraz tworzenie nowego modelu biznesu turystycznego przez organizacje branżowe – powiedziała podczas uroczystego otwarcia imprezy.

Trend widać wyraźnie krążąc po targowych halach. Wystawcy z pobliskich regionów Polski, jak i z najodleglejszych zakątków świata, prześcigają się w sposobach, by przyciągnąć na swoje stoisko jak najwięcej odwiedzających. Coraz częściej też wykorzystują do tego nowoczesne technologie komputerowe i posługują się technikami sprzedaży za pośrednictwem nowych mediów, czyli e-commerce. – Targi stają się jedyną okazją do spotkania się twarzą w twarz z osobami siedzącymi po drugiej stronie komputera. Tour Salon pozostaje w duchu człowieka, a trochę wbrew technologii – dodaje prezes. W dzisiejszym świecie biznesu narzędzia te pozwalają zyskać przewagę na konkurencyjnym rynku. W tym pędzie touroperatorzy zapominają o swych początkach i jubileusz jest okazją do refleksji jak długą polska branża przebyła drogę, by być w tym miejscu, w jakim jest teraz. **SM**

>> WIĘCEJ strony 12-13

**Konkurs** | Nagrodzeni mistrzowie marketingu wydawniczego

## Róże Regionów dla najlepszych



**T**radycyjnie już podczas targów w Poznaniu redakcja „Wiadomości Turystycznych” wręczyła nagrody w plebiscycie na najlepsze projekty, promujące lokalne produkty turystyczne, pod hasłem Róże Regionów. Kapituła złożona z przedstawicieli branży i specjalistów wybrała

zwycięzców w czterech kategoriach oraz przyznała liczne wyróżnienia. – Po raz pierwszy pojawiła się kategoria Aplikacje mobilne, w której zwycięstwo odniósł Urząd Miasta Toruńnia za swoją unikalną aplikację miejską. Nagrodę odebrał w imieniu miasta kierownik projektu Ma-

riusz Szefera. – Postawiliśmy na funkcjonalność starając się, by aplikacja była przyjazna oraz użyteczna. To nam się udało, czego dowodem jest dzisiejsze wyróżnienie – powiedział Szefera. **SM**

>> WIĘCEJ CZYTAJ strony 10-11

## WT prawo

➔ **Za agenta w pierwszej kolejności odpowiada organizator.** Niewłaściwe wykonywanie obowiązków przewidzianych w umowie agencyjnej może się wiązać z odpowiedzialnością agenta, naogół wobec organizatora. **strona 16**

➔ **Zgłoszenie wypoczynku do kuratorium.** Organizator ma obowiązek zgłoszenia wypoczynku dzieci i młodzieży najpóźniej na 21 dni przed terminem rozpoczęcia imprezy. **strona 17**

➔ **Vat-marża w praktyce biura podróży.** Interpretacje przepisów wydane przez organy Ministerstwa Finansów pozostawia ciągle wiele wątpliwości **strona 17**



## WT kalendarium

### LISTOPAD

**1-9.11.2014** – Salon International Caravanning, Barcelona (Hiszpania), organizator: Fira De Barcelona, www.firabarcelona.com

**3-6.11.2014** – World Travel Market (WTM), Londyn (Wielka Brytania), organizator: Reed Travel Exhibitions, www.wtmlondon.com

**4.11.2014** – XI Polsko-Rosyjskie Forum Turystyczne „Eto Polska!”, Zamek Kliczków, organizator: Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Moskwie, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, www.pot.gov.pl

**7-10.11.2014** – Taipei International Travel Fair, Taipei (Tajwan), organizator: Taiwan External Trade Development Council (TAITRA), www.taipeiitf.org.tw

**12-14.11.2014** – konferencja naukowo-branżowa VII Gremium Ekspertów Turystyki „Wyzwania społeczno-ekonomiczne współczesnej turystyki”, Kraków – Sucha Beskidzka, organizator: Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchoj Beskidzkiej, www.gremium.forumturystyki.pl

**13.11.2014** – ogólnopolska konferencja popularnonaukowa „Szlaki turystyczne: od pomysłu do realizacji”, Spała, organizator: Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, www.pttk.pl

**13-16.11.2014** – Romanian Tourism Fair, Budapeszt (Węgry), organizator: Romexpo, www.tofairs.com

**14-16.11.2014** – 3. Warszawskie Targi Turystyczne Podróże, Warszawa, organizator: Murator Expo, www.targipodroze.pl

**14-16.11.2014** – China International Travel Mart, Szanghaj (Chiny), organizator: China National Tourism Administration of PRC, www.citm.com.cn

**20-21.11.2014** – konferencja naukowa „Turystyka i Rekreacja – współczesne wyzwania, obszary i problemy badawcze”, Warszawa, organizator: Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie, Kampinoski Park Narodowy, www.awf.edu.pl

**26.11.2014** – III Ogólnopolskie Forum Agentów Biur Podróży, Adgar Plaza, Warszawa, organizator: Wiadomości Turystyczne, www.wiadomosciturystyczne.pl

**27-29.11.2014** – XXII Międzynarodowe Targi Turystyczne TT Warsaw, Warszawa, organizator: MT Targi polska, www.ttwaraw.pl

### GRUDZIEN

**4-6.12.2014** – Rola ekoturystyki w funkcjonowaniu europejskich regionów – międzynarodowa konferencja naukowa, Szczecin, organizator: Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, Wydział Ekonomiczny, Zakład Polityki Gospodarczej i Turystyki, Pracownia Gospodarki Turystycznej, www.ekonomia.zut.edu.pl

**4-7.12.2014** – Travel Turkey Izmir Tourism Fair & Conference, Izmir (Turcja), organizator: Hannover Messe International Istanbul Limited, www.travelturkey-expo.com

## ważne terminy

### MINAŁ TERMIN

**21 października 2014** – minął termin składania wniosków w zakresie ponadnarodowych produktów turystycznych oraz turystyki dostępnej w programie Komisji Europejskiej, więcej pod adresem: www.ec.europa.eu

### WAŻNE W NAJBLIŻSZYM CZASIE

**24 listopada 2014** – mija termin składania ofert w konkursie na realizację zadań publicznych z zakresu turystyki na rok 2015 Departamentu Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki, www.msport.gov.pl

# Rezydenci od niańczenia?

**Dlaczego touroperatorzy nie otwierają swoich biur firmowych w małych miejscowościach? Bo się nie oplaca. A dlaczego się nie oplaca? Bo tu decydują kontakty bezpośrednie, a nie marka budowana latami. Ludzie w małych społecznościach, czego nie ma w dużych miastach, znają się i ufają sobie nawzajem. Warto wykorzystać to zjawisko i bliżej pod tym kątem przyjrzeć się cechom osobistym swoich pilotów i rezydentów.**

Rezydent czy pilot wycieczek to bardzo specyficzny zawód. Do jego obowiązków należy opieka nad turystami i dbanie o ich komfort podczas pobytu na wczasach. Są wizytówką biura podróży i w wielu przypadkach, to właśnie od tych ludzi zależy opinia o touroperatorze. Rezydent jest ambasadorem swojej firmy, bo to z nim kontaktują się turyści w przypadku najbardziej błahych nawet problemów, od prośby o plaster na skaleczenie, po poważne skargi dotyczące realizacji umowy. Muszą to zatem być ludzie o specyficznych cechach charakteru: ponadprzeciętnie otwarci, komunikatywni, serdeczni, a przy tym odpowiedzialni i reprezentacyjni. To nie jest praca od 8:00 do 16:00, którą można po prostu „odbębnić od do” i wrócić do domu, by ponarzekać. Ludzie wykonujący zawód rezy-

denta powinni być zawsze gotowi, by odpowiadać na pytania, odbierać telefony i służyć pomocą oraz umieć odpowiednio reagować nawet w najbardziej nieprzewidywalnych i niecodziennych sytuacjach.

Z drugiej strony są turyści, którzy wraz z przekroczeniem progu lotniska zapadają na dziwną chorobę, wskutek której nadzwyczaj dziecinnieją. To niesamowite zjawisko znane jest wszystkim pilotom i rezydentom. Działają tu złożony mechanizm psychologiczny polegający na tym, że ludzie, którzy na co dzień pracują i mają na utrzymaniu rodzinę i inne zmartwienia, jadąc na urlop chcą odpocząć nie tylko od pracy, ale od trudów dorosłości. To tłumaczy dlaczego „wyłączają myślenie” i chcą, aby ktoś się nimi cały czas zajmował: budził, podawał obiad, zabrał na wycieczkę i położył spać. Oni naprawdę chcą, aby choć przez te kilka dni ktoś (czytaj: opiekun wycieczki) dla odmiany to O NICH się zatroszczył.

Takie nastawienie klientów spotyka się z niezrozumieniem pilotów i rezydentów, którzy przecież są w pracy i którym wydaje im się, że mają do czynienia z dorosłymi ludźmi, którym jak się powie, że „spotykamy się przed hotelem o 9.00”, to cała grupa o umówionej godzinie stanie w szeregu. Tak oczywiście nie jest i stąd biorą się nieporozumienia.

To jednak nie zamyka dyskusji na temat poziomu obsługi biur podróży oferowanej za granicą. Posiadanie polskojęzycznego rezydenta i animatora w ofercie rodzinnej w pakiecie all inclusive wydaje się oczywiste, jednak nie jest to standardem, zwłaszcza jeśli chodzi o duże zagraniczne biura sieciowe działające na rynku polskim.

Biura w zaciętej walce o przewagę na rynku zaczęły już dostrzegać wielkie znaczenie osób, które mają bezpośredni kontakt z klientami. Szefowie powinni pamiętać, że pilot to osoba z pasją, ale przez natrętnych klientów może być doprowadzony do szewskiej pasji. Przy wyborze pilotów coraz częściej liczy się nie tylko generalnie rozumiane doświadczenie, ale przede wszystkim tzw. umiejętności miękkie, czyli po prostu to, jaki ktoś jest w prywatnych rozmowach. Od tego bowiem zależy czy klient planujący kolejny wyjazd zasiądzie przed komputerem w poszukiwaniu ofert, czy też zadzwoni do Pani Krysi z Egiptu, bo była taka miła i na pewno coś ciekawego poleciała.

Redakcja



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

## Spokojnie – to tylko wakacje



ANDRZEJ  
BETLEJ

Wraz z wiosną zapanował w mediach urzędowy optymizm. Oto wymęczona wieloletnim kryzysem Europa wychodzi wreszcie na prostą. Ale już w lipcu część euforii wyparowała, a w sierpniu zastąpiło ją spore przygnębienie. Bazowało ono głównie na dużych spadkach w produkcji, bowiem dane o PKB dostępne są znacznie później. Faktycznie w miesiącu tym nastąpiło tąpnięcie w przemyśle w wielu ważniejszych krajach Unii, czyli Włoszech,

Francji, a nawet Niemczech uważanych za ostoję dobrej koniunktury. Problem nie ominął również części naszego regionu w tym Polski. A co to ma wspólnego z turystyką? Otóż ma i to dużo.

Fakt rozpaczania nad zagrożeniem trzecią fazą recesji w strefie euro ma jedno ze swoich źródeł w niedostrzeganiu istotnej roli turystyki w gospodarce. Oplacani w setkach tysięcy dolarów rocznie (z premiami), analitycy banków inwestycyjnych są tak zafascynowani rynkami finansowymi, funduszami inwestycyjnymi i innymi wielkimi tego świata, że nawet im do głowy nie przyjdzie, że jakaś tam turystyka może w ogóle odgrywać jakąś rolę.

Tak więc z tzw. mety przystąpiono do korekt prognoz wzrostu gospodarczego. Tymczasem przyczyny tąpnięcia mogą się okazać najzupełniej banalne. W wielu krajach, a szczególnie w Niemczech, gdzie spadki były sporo głębsze niż

przeciętne, sezon wyjazdów został w dużej mierze przesunięty właśnie na sierpień. Wynikało to z innego niż zwykle rozkładu szkolnych ferii, który to efekt został jeszcze wzmocniony Mundialem. Nie trzeba być tytaniem intelektu, aby zauważyć, że nie można być jednocześnie na plaży i w fabryce. Dlatego po wrześniu sytuacja może powrócić do normy, a straszak dużego spowolnienia okazać się papierowym tygrysem.

Historia ta kolejny już raz wskazuje, że turystyka jako branża nie cieszy się szczególną estymą i to nie tylko wśród polityków, ale nawet analityków gospodarczych. Możliwe tego przyczyny autor postara się przedstawić w kolejnych tekstach, bo są one jednak głębsze niż jedynie to, że jej pracownicy nie nawykli organizować protestów i masówek.

Autor jest współzałożycielem firmy TravelData i portalu [www.wczasopedia.pl](http://www.wczasopedia.pl)

## Do sanktuarium zamiast na plażę



ALICJA  
DĄBROWSKA

**Choć z perspektywy miłośników Italii o każdej porze roku – do których się zaliczam jako zagorzała italofilka od urodzenia – trudno w to uwierzyć, jednak turystyki i podsumowania sezonu są nieubłagane: to było fatalne lato dla nadmorskiej branży turystycznej.**

Na kłopoty finansowe włoskich rodzin (gnębniący od paru lat Europę kryzys mocno daje się i tam we znaki) nałożyła się fatalna pogoda, także w sierpniu, czyli w szczycie sezonu, gdy zazwyczaj kurorty pękają w szwach. Słowo „maltempo” („niepogoda”) odmieniano w mediach codziennie. Ulewy, trąby powietrzne, gwałtowne burze i chłód sprawiły, że wyrzeże, jak nigdy, świeciło pustkami. I nie pomogły zniżki i atrakcyjne oferty u schyłku sezonu – jak się oblicza, gdzieś tam liczba plażowiczów spadła aż o 40 proc.

Jest jednak sektor, który bije historyczne niemal rekordy: to turystyka religijna. Rzym, Watykan i sanktuaria na Półwyspie Apenińskim odwiedzają coraz liczniejsze rzesze pielgrzymów i gości z całego świata. Sektor pielgrzymkowy jako jedyny odnotowuje wzrost w branży – potwierdza Isnart,

Włoski Instytut Badań nad Turystyką.

Takich tłumów nie obserwowano od 2000 r., gdy pod przewodnictwem Jana Pawła II odbyło się kilkadziesiąt uroczystości Wielkiego Jubileuszu Roku Świętego. Obecnie zaś mówi się m.in. o tzw. efekcie Franciszka – papieża, który niemal z marszu zaskarbił sobie serca wiernych. Liczbę pielgrzymów obecnych w tym roku w Wiecznym Mieście szacuje się na co najmniej siedem milionów. Bliższo połowa deklaruje, że postanowili tam pojechać właśnie z powodu Franciszka.

Rok 2014 zostanie zapamiętany jako złoty rok turystyki religijnej w Rzymie i we włoskich sanktuariach – potwierdzają analizy przytaczane przez portal Vatican Insider.

Nic więc dziwnego, że i inni usiłują iść tym tropem. Małeńki region Marche nad Adriatykiem, który niedawno odwiedziłam, zorganizował w październiku międzynarodową konferencję na temat swego dziedzictwa religijno-pielgrzymkowego. Odnawia wiekowe sanktuaria, klasztory, pustelnie i opactwa, użycza w nich gościny także świeckim...

Czemu by nie pomyśleć o podobnych inicjatywach i w Polsce? Mamy przecież spory potencjał.

A przytaczany już Vatican Insider liczbę tzw. podróżników religijnych na świecie ocenia na 300-330 mln rocznie, branża ta przysparza rocznie 18 mld dolarów i ma szalone perspektywy wzrostu. Warto to wykorzystać.

Autorka jest dziennikarką „Gazety Wyborczej”

## Ludzie mówią



**Dane UNWTO za-  
falszowują świa-  
towe statystyki.**

**Jeśli jadę z Amsterdamu do Paryża, to jestem liczony cztery razy na każdej granicy po razie, a np. jadąc z Nowego Jorku do Waszyngtonu na podobnym dystansie nie jestem liczony wcale jako turysta. To oczywisty błąd. Światowa turystyka nie może opierać się na bazach danych, których sposób zbierania nie jest ujednolicony – mówi Julio Aramberri, International Academy for the Study of Tourism.**

