



Nawet w niepewnych czasach można zorganizować dużą imprezę

Priorytetem organizatorów poznańskiego Tour Salonu było zapewnienie uczestnikom bezpiecznych warunków udziału w targach, ale jednocześnie – ciekawego programu.

MAŁGORZATA ORLIKOWSKA

Kalendarz wydarzeń targowych w Polsce jest w tym roku mocno okrojony, niemniej w ostatnich miesiącach udało się przeprowadzić kilka targów turystycznych. Największą tego typu imprezą był z pewnością Tour Salon, który odbywał się pod koniec września.

BEZPIECZNE TARGI

W organizowanych w Poznaniu targach i towarzyszącym im Festiwalu Podróżniczym Śladami Marzeń wzięło udział blisko stu wystaw-

ców, w tym samorządy (regiony, miasta), biura podróży, przewoźnicy, organizacje turystyczne, także dostawcy usług i sprzętu turystycznego, oraz 14,3 tys. odwiedzających. Spora frekwencja to zasługa m.in. odbywających się równoległe targów Caravans Salon Poland, które goście mogli odwiedzić w ramach tego samego biletu. Dyrektorka targów Tour Salon, Violetta Pastwa, jest zadowolona z przebiegu wydarzenia. – Biorąc pod uwagę zaistniałą sytuację związaną z pandemią, uważam, że tegoroczna edycja Tour Salon wypadła naprawdę bardzo dobrze – ocenia i wyjaśnia, że w tej edycji priorytetem dla zespołu or-

ganizacyjnego było z jednej strony zapewnienie uczestnikom bezpieczeństwa, z drugiej zagwarantowanie ciekawego programu wydarzenia. Targi przeprowadzono zgodnie z wytycznymi sanitarnymi. Goście, którzy chcieli wziąć udział w targach, musieli przejść proces rejestracji, przy wejściach zapewniono bezdotykowy pomiar temperatury, a na terenie ekspozycji – miejsca do dezynfekcji rąk. Podczas targów obowiązywał też limit osób, które nie zaszczepiły się przeciwko COVID-19. Program imprezy był opracowany tak, by znalazło się w nim jak najwięcej wydarzeń łączących elementy inspiracji, edukacji i zabawy, np. spotkania z po-



Udało nam się nawiązać nowe znajomości w branży turystycznej i czujemy, że już w bliskiej przyszłości pozwoli nam to realizować zaskakujące projekty.

Sławomir Kieda, PROT

dróżnikami, konkursy czy zabawy dla najmłodszych. Nie zabrakło wydarzeń branżowych, pierwszego dnia targów nastąpiło uroczyste podpisanie memorandum o współpracy między Polską (reprezentowaną przez wiceministra Andrzeja Gut-Mostowego) a Bułgarią (reprezentowaną przez minister turystyki tego kraju, prof. Stelę Baltovą), rozstrzygnięto też konkurs „Róża Regionów” organizowany przez redakcję „Wiadomości Turystycznych” na najlepszy produkt promocyjny. – Nie zrezygnowaliśmy z żadnych działań, które w naszej ocenie mogły być atrakcyjne zarówno dla wystawców, jak i dla zwiedzających. Jestem przekonana, że właśnie takie podejście zostanie docenione przez środowisko i stanie się dobrym punktem wyjścia do współpracy przy kolejnych edycjach – komentuje Violetta Pastwa, przyznając, że przygotowanie targów było dużym wyzwaniem organizacyjnym. Dość wspomnieć o konieczności przeniesienia wydarzenia w czasie – z lutego na wrzesień czy tzw. postcovidowej mentalności, która utrudniała pozyskanie firm i instytucji na targi. – Ubiegłoroczne doświadczenia, kiedy od marca została zablokowana możliwość organizowania imprez targowych, sprawiły, że zetknęliśmy się z obawami dotyczącymi tego, czy Tour Salon we wrześniu 2021 ma szansę się odbyć. Na szczęście nie sprawdził się pesymistyczny scenariusz. Zrealizowaliśmy targi, zachowując wszelkie standardy bezpieczeństwa, jakie są nałożone na organizatorów imprez targowych. Stworzyliśmy wystawcom bezpieczną przestrzeń do prezentacji oferty, a zwiedzającym komfortowe warunki do pozyskania podróżniczych inspiracji – informuje dyrektor targów turystycznych.



W przypadku tych targów nie jest istotne, ilu było odwiedzających czy wystawców. Tour Salon był jaskółką zwiastującą wiosnę w turystyce..

Marek Śliwka, Logos Travel

BEZPOŚREDNI KONTAKT ISTOTNY

O Tour Salonie pozytywnie wypowiadają się też sami uczestnicy, np. Gdańska Organizacja Turystyczna, która na poznańskich targach pojawiła się po raz pierwszy od kilku lat. Dla GOT wydarzenie to było dobrą okazją do promowania efektów współpracy Gdańska z Opolem, Lublinem i Giżyckiem (z tego względu miasta miały w czasie targów jedno stoisko). – Decyzję o udziale podjęliśmy po analizie, która nastąpiła wiele tygodni przed wydarzeniem. Zdecydowaliśmy się wziąć udział ze względu na fakt, że to największe targi turystyczne w tym czasie w kraju i były dobrą okazją do prezentacji oferty i produktów, głównie wspólnej Karty TripPass. Decyzję konsultowaliśmy wspólnie z pozostałymi partnerami projektu – i wszyscy uznaliśmy, że to doskonała okazja do popularyzacji ogólnokrajowej karty turysty – wyjaśnia Ewa Stolarek-Muszyńska, manager pionu promocji i marketingu w GOT.

Po kilkuletniej nieobecności na Tour Salon wróciła też Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna. Sławomir Kieda, dyrektor biura PROT, wyjaśnia, że o udziale w imprezie przesądziła potrzeba bezpośredniego dotarcia do potencjalnych turystów. – W trosce o zdrowie zarówno pracowników naszej organizacji, jak przede wszystkim społeczeństwa, w najtrudniejszym dla nas wszystkich okresie lockdownu postawiliśmy na intensywną promocję w Internecie. Potrzeba bezpośrednich kontaktów z turystami, jak również prowadzone od lipca bieżącego roku działania Polskiej Organizacji Turystycznej prowadzące do zorganizowania Stoiska Narodowego pod-

czas targów Tour Salon, skłoniły nas do podjęcia decyzji o udziale w targach – mówi dyrektor Kieda. Stoisko PROT cieszyło się dużą popularnością, co z kolei umożliwiło skuteczną promocję regionu wśród potencjalnych turystów i nawiązanie relacji biznesowych. – Udało nam się nawiązać nowe znajomości w branży turystycznej i czujemy, że już w bliskiej przyszłości pozwoli nam to realizować zaskakujące projekty – informuje dyrektor biura PROT, który w czasie Tour Salonu promował m.in. serię wydawniczą pt. „Czas na Podlaskie. W kontakcie z naturą”, a wspólnie z Urzędem Marszałkowskim Województwa Podlaskiego: turystykę aktywną, wodą i rodzinną, także korycińskie przysmaki.

Zadowolony z udziału w targach był też przedstawiciel touroperatorów – Marek Śliwka. Właściciel poznańskiego Logos Travel wprost określił Tour Salon mianem „kamienia milowego w powrocie do normalności targowej”. – W przypadku tych targów nie jest istotne, ilu było odwiedzających czy wystawców. Tour Salon był jaskółką zwiastującą wiosnę w turystyce. Organizatorzy pokazali, że nawet w tak niepewnych czasach da się zorganizować w sposób bezpieczny dużą imprezę. Dzięki temu branża mogła na nowo odkryć potrzebę wymiany doświadczeń czy podtrzymywania relacji zawodowych w bezpośrednich rozmowach, a turyści otrzymywać inspiracje do podróży. To było największą siłą tej imprezy – podsumowuje Marek Śliwka. Organizator nie ukrywa, że targi były dla niego udane też pod względem biznesowym. Zasady wstępu na tereny wystawienicze zmniejszyły liczbę przypadkowych odwiedzających, więc ci, którzy pojawiali się w przestrzeniach MPT, byli w większości autentycznie zainteresowani ofertą wystawców. Marek Śliwka odbył też rozmowy ze współpracującymi z biurem agentami, a co najważniejsze – poznał kontrahenta, z którym z dużym prawdopodobieństwem nawiąże w przyszłości ściślejszą współpracę. – Kiedy ostatniego dnia targów podsumowałem wraz ze współpracownikami Tour Salon, zgodnie stwierdziliśmy, że warto było wziąć w nich udział – kończy właściciel Logos Travel.

Choć targi dopiero co się skończyły, organizatorzy już myślą o przyszłorocznej odsłonie imprezy. Konkretna data nie jest jeszcze ustalona, ale sugerując się opiniami wystawców, optują za terminem jesiennym. Informacja o tym, czy będzie to weekend wrześniowy czy październikowy ma być podana w najbliższym czasie.