

MIĘDZYNARODOWE TARGI TURYSTYCZNE WTM 2008 10-13.11.2008, LONDYN



CHARAKTERYSTYKA TARGÓW I RYNKU

Międzynarodowe Targi Turystyczne WTM to jedna z największych i najważniejszych światowych imprez turystycznych.

Organizatorem targów jest angielska firma Reed Travel Exhibitions.

Miejsce targów: Kompleks Wystawienniczy ExCeL w angielskich dokach

Powierzchnia wystawiennicza targów (rok 2007): 42.945 m² . *

Liczba uczestników (rok 2007):

Odwiedzający: **48.111** ogółem, z czego 12.793 to uczestnicy programu Meridian Club, 10.928 to profesjonalści (nie objęci programem Meridian Club). Pozostali to prasa (2.833), studenci (1.401).

Liczba krajów i regionów reprezentowana podczas imprezy: 197

Liczba wystawców: 5.412

Charakter targów: branżowe

Najczęściej zadawane pytania dotyczyły (rok 2007): bazy hotelowej, oferty rozrywkowej, atrakcji turystycznych miast polskich, położenia regionów polskich, turystyki aktywnej i kulturowej, city breaks, ofert imprez 1,2 i 3-dniowych, ofert unikatowych (unique selling proposition), połączeń komunikacyjnych, natury i spa oraz kalendaria imprez w miastach i regionach.

Najbardziej poszukiwane materiały (rok 2007): mapy, przewodniki, cenniki, informatory o regionach i miastach (największe atrakcje Polski), oferty unikatowe, konferencje i kongresy w Polsce, hotele i pensjonaty w Polsce oraz wypoczynek w obiektach zabytkowych, gotowe oferty turystyczne. Wszystko w języku angielskim.

Najbardziej pożądana forma poszukiwanych materiałów to płyty CD i filmy DVD

Odwiedzający polskie stoisko narodowe (rok 2007):

Rosnące z roku na rok zainteresowanie Polską jako destylacją turystyczną, spowodowało wzrost zapytań o polską ofertę turystyczną wśród odwiedzających polskie stoisko narodowe. Dominowali touroperatorzy i biura podróży, ale też gestorzy portali internetowych. Wzrost zainteresowania polską ofertą widoczny jest szczególnie w kategorii spa i city breaks. Obecność Polaków na Wyspach i działalność Ośrodka bardzo pozytywnie wpłynęły na zwiększone zainteresowanie wśród dziennikarzy brytyjskich, co miało również swoje odzwierciedlenie w ilości odwiedzin na stoisku. Ich pytania dotyczyły głównie dużych miast, w tym Krakowa, Gdańska, Wrocławia i Warszawy oraz najciekawszych masowych imprez kulturalnych.

Potencjał rynku brytyjskiego:

Targi WTM to jedne z największych targów turystycznych w Europie, a rynek brytyjski to rynek o bardzo dużym potencjale, choć obecnie nie znajduje jeszcze pełnego odbicia w ilości nowych kontraktów, to rynek wymagający szczegółowej oferty produktowej. Targi WTM stwarzają możliwość nawiązania szerokich kontaktów, eksploracji nowych rynków, zapoznania się z nowymi produktami na rynku.

Według danych Instytutu Turystyki w roku 2007 liczba przyjazdów do Polski z Republiki Irlandii i Wielkiej Brytanii znacznie wzrosła w stosunku do roku 2006. Z Irlandii przyjechało do Polski 118,8 tys. cudzoziemców (wzrost o 71,5%) i jest to więcej niż przyjazdy z Hiszpanii czy Belgii. Z wielkiej Brytanii natomiast przyjechało 548,1 tys. cudzoziemców (wzrost o 20,4%), co plasuje Wielką Brytanię na drugim, po Niemczech, miejscu pod względem przyjazdów z krajów piętnastki unijnej.

Największym zainteresowaniem cieszy się obszar turystyki indywidualnej i grupowej dla grup do 10 osób. Zainteresowaniem cieszą się usługi o wysokim standardzie, pobyty rekreacyjne, pobyty weekendowe z wykorzystaniem przelotów tanimi liniami lotniczymi. Turyści odwiedzają głównie Kraków, Warszawę, Wrocław, Gdańsk i Zakopane.

MIĘDZYNARODOWE TARGI TURYSTYCZNE WTM 2008 10-13.11.2008, LONDYN

CHARAKTERYSTYKA TARGÓW I RYNKU

Konieczna staje się też promocja innych polskich miast/regionów posiadających bezpośrednie połączenia lotnicze w Wielką Brytanię (Pomorskie, Kujawsko Pomorskie, Zachodniopomorskie, Łódzkie, Śląskie, Podkarpackie, Wielkopolskie), dla podtrzymania tych połączeń i zwiększenia zainteresowania tymi, nieznanymi jeszcze w Wielkiej Brytanii, regionami.

Należy zwrócić uwagę na niezwykle popularne na Wyspach organizowanie wyjazdów wakacyjnych drogą internetową. W Wielkiej Brytanii dokonywanych jest obecnie ponad 63% takich rezerwacji. Korzystają z tego faktu zwłaszcza agenci, którzy dzięki Internetowi przejmują rolę tour operatorów. Jest to wielka okazja dla twórców polskiego produktu turystycznego, gdyż dzięki Internetowi mogą oni dotrzeć bezpośrednio do klienta lub do agenta jako jedyne go pośrednika w transakcji. Euromonitor potwierdza ten fakt i wykorzystanie tego trendu przez regiony, zwłaszcza te połączone bezpośrednio z miastami Wielkiej Brytanii, jest bardzo ważne.

Trendy wskazujące na odchodzenie od globalizacji i nastawione na turystykę odpowiedzialną zaczynają coraz częściej pokazywać się w ofercie operatorów i są coraz bardziej poszukiwane przez klientów. Z drugiej jednak strony wzrost zamożności pewnej części społeczeństwa brytyjskiego i irlandzkiego skłania organizatorów turystyki do oferowania luksusowych pobytów, oferty wyjątkowej i unikatowej, w której nie cena jest elementem determinującym wybór.

Targi WTM umożliwiają kontakt z tymi grupami organizatorów turystyk wyjazdowej. Dlatego bardzo ważnym jest też zaprezentowanie możliwości realizacji oferty danego regionu poprzez obecność komercyjnego partnera na stoisku polskim.

Odpowiednio dobrana oferta powinna obejmować zakres:

1. Turystyki miejskiej, kulturowej i turystyki objazdowej po miastach historycznych (oferta zawierająca minimum jedną z wymienionych pozycji: pobyty i zwiedzanie polskich miast, obiektów historycznych i muzeów, udział w koncertach / festiwalach, wyjścia do oper /i teatrów).
2. Turystyki aktywnej i tematycznej, na przykład golfa w połączeniu ze SPA.
3. Turystyki uzdrowiskowej, spa i medycznej.
4. Wyjazdów motywacyjnych i możliwości organizowania konferencji w Polsce.
5. Poważnym zainteresowaniem grup młodzieży cieszą się sporty ekstremalne. Oferta z tego zakresu z pewnością spotka się z dużym zainteresowaniem.
6. W kontekście globalnego ocieplenia, konieczności ochrony środowiska i rozwijającej się świadomości dotyczącej zagadnień i problemów ekologicznych oferta „zielonych wakacji” „nieinwazyjnej turystyki” , „ turystyki autentycznej” , „turystyki odpowiedzialnej” cieszy się rosnącym zainteresowaniem. Odpowiednio przygotowana polska oferta może być bardzo popularna wśród odwiedzających targi.
7. Turystyki luksusowej, unikatowej dla indywidualnych klientów, pełnej fantazji. jednocześnie łącząca elementy wszystkich powyżej wymienionych charakterystyk

- ❖ więcej o targach WTM na stronach internetowych organizatorów www.wtmlondon.com
- ❖ więcej o planach działania POT i Zagranicznych Ośrodków POT na stronach internetowych POT www.pot.gov.pl
- ❖ więcej danych o turystyce przyjazdowej do Polski na stronach internetowych Instytutu Turystyki www.intur.com.pl
- ❖ więcej informacji na temat udziału w targach WTM udzielają: (Dorota Zadrozna tel. 022/536 70 43, e-mail: dorota.zadrozna@pot.gov.pl , Magdalena Krucz tel. 022/536 70 44, e-mail: magdalena.krucz@pot.gov.pl)
- ❖ Polski Ośrodek Informacji w Londynie będzie informował podwystawców w biuletynach targowych o postępie przygotowań do targów, wykorzystując jednocześnie uwagi i sugestie Państwa, do których nadsyłania zachęcamy na adres Ośrodka POT w Londynie: e.binkin@visitpoland.org