

GRECJA NIEOCZYWISTA

ORGANIZATORZY IMPREZ MICE NIEUSTANNIE POSZUKUJĄ NOWYCH KIERUNKÓW, KTÓRYMI MOGLIBY JESZCZE SKUTECZNIEJ PRZYCIĄGNAĆ UWAGĘ SWOICH KLIENTÓW. SZUKAJĄC TEGO, CO NIEOCZYWISTE Z PEWNOŚCIĄ WARTO WYBRAĆ SIĘ W PODRÓŻ DO GRECJI.



Zarówno z punktu widzenia turystów indywidualnych, jak i biznesowych Grecja wydaje się dobrze znaną destynacją. Przynajmniej teoretycznie. W praktyce jest to kraj, który ze względu na swoje położenie, wielkość i charakter, w dalszym ciągu potrafi pozytywnie zaskoczyć. I to nawet osoby, które miały okazję odwiedzić go wielokrotnie. Dobrym przykładem może być Costa Navarino, a nawet... Mykonos.

CIEKAWY PROGRAMY

Położone w Mesenii, w południowo-zachodniej części Półwyspu Peloponez Costa Navarino, wciąż jest jednym z najmniej znanych, a co za tym idzie najbardziej dziewiczych miejsc w całym kraju. Zapierające dech w piersiach krajobrazy, bogata kultura, unikalne atrakcje, a do tego masa możliwości aktywnego spędzania czasu, sprawiają, że bez problemu da się tam przygotować ciekawe

programy dla grup. Łączące nadmorski wypoczynek ze sportem, integracją, team buildingiem, poznawaniem lokalnej kuchni i tradycji.

Chociaż do regionu nie dotarła jeszcze masowa turystyka, może się on pochwalić bardzo dobrą infrastrukturą hotelową, spełniającą najwyższe światowe standardy. Na terenie kompleksu Costa Navarino znajduje się kilka luksusowych, pięciogwiazdkowych ho-

teli (The Westin Resort, Mandarin Oriental, The Romanos, W Costa Navarino). Chociaż utrzymane w różnym klimacie, wszystkie są świetnie przygotowane do obsługi gości MICE. Poza komfortowymi pokojami i profesjonalnie wyposażonymi salami konferencyjnymi (różnej wielkości), każdy z nich oferuje sporo dodatkowych atrakcji. Zaliczają się do nich ekskluzywne restauracje (serwujące dania zarówno kuchni greckiej, jak



Skarb, który trzeba odkryć

Klea Symeou, założycielka i dyrektor zarządzająca, Sassy Events

Po ponad 20 latach organizacji wydarzeń na Cyprze Sassy Events rozszerzyła działalność, włączając do swojej oferty Grecję. Dlaczego wybór padł akurat na ten kraj?

Pierwsze projekty w Grecji zaczęliśmy organizować ponad 10 lat temu. Po części wynikało to z sugestii naszych klientów, którym zależało na dalszej współpracy z Sassy Events, jednak po kilku wyjazdach zrealizowanych na Cyprze, chcieli po prostu pokazać swoim gościom coś nowego. Stąd zaistniała potrzeba rozszerzenia portfolio oferowanych przez nas destynacji. Wybór padł na Grecję. Było to dla mnie zupełnie naturalne – jestem Greczynką i bardzo dobrze znam ten kraj. Poza tym Grecja jest duża, a przy tym niezwykle zróżnicowana, co stwarza ogromne możliwości przygotowania ciekawych programów dla grup – zarówno w części kontynentalnej, jak i na wyspach, w miastach i na prowincji, nad morzem, w górach. Organizowane tam wyjazdy nigdy się nie nudzą. To zdecydowanie inny kierunek niż Cypr, przez co nasza oferta dobrze się dzisiaj uzupełnia. Każde z tych miejsc ma przecież unikalne atrakcje, a zadaniem DMC jest pokazanie ich klientom. Chodzi o kreowanie doświadczeń, odkrycie przed nimi tego, czego nie byłoby w stanie zobaczyć na własną rękę lub ze zwykłym biurem podróży na wakacjach.

Czy w promocji Grecji wśród klientów MICE nie przeszkadza fakt, że dla wielu osób jest to kierunek kojarzący się głównie z turystyką masową?

Grecja to bardzo atrakcyjny kraj, do którego grupy biznesowe po prostu chcą przyjeżdżać. Z reguły nie mam większych problemów, aby przekonać do wyboru tej destynacji. Pozostaje jedynie ustalić gdzie i co nasi goście chcą zobaczyć, na jakich aktywnościach się skupić, jaki program zbudować. Rzeczywiście sytuacja wygląda trochę inaczej jeżeli chodzi o klientów z Polski, którzy – wbrew pozorom – nie znają Grecji tak dobrze, jak mogłoby się wydawać. Naturalnie wiedzą, że są tam piękne plaże, wyspy i dużo słońca, ale jest to wiedza dość powierzchowna, wyrobiona na podstawie turystyki masowej i rynku touroperatorского, niekoniecznie MICE. To właśnie dlatego staram się przybliżyć im Grecję, jako pewnego rodzaju „ukryty skarb”, który warto, a nawet trzeba odkryć.

W jaki sposób realizowany jest ten cel?

Przede wszystkim poprzez pokazywanie mniej oczywistych miejsc, nadal stwarzających jednak olbrzymie możliwości dla klientów biznesowych. Pamiętajmy, że Grecja to nie tylko zabytki, urzekające atrakcje turystyczne i piękna przyroda. To także styl życia, pozwalający na kreowanie wielu zapadających w pamięć doświadczeń. Praktycznie każdy region w tym kraju ma coś innego, bardzo oryginalnego do zaoferowania. Świetnym przykładem jest Costa Navarino – z jednej strony miejsce luksusowe, mogące pochwalić się świetną bazą hotelową, z drugiej – pełne uroczych wiosek, kultury i lokalnych społeczności, które są w stanie zaoferować jedyne w swoim rodzaju, unikalne atrakcje. Ta lokalność, tak bardzo pożądana przez współczesnych klientów, to coś, co w Grecji spotyka się na każdym kroku. Podobnie jest m.in. na wyspie Mykonos, miejscu, które upodobał sobie bogacze, gwiazdy i celebryci, przez co kojarzy się głównie z luksusem i blichtrzem. To oczywiście prawda, ale równocześnie jest to świetna destynacja na imprezy MICE. Poza flagowymi i najbardziej znanymi hotelami, znajdziemy tam też nieco tańsze, klimatyczne obiekty, lokalne tawerny i restauracje, dużo charakterystycznych tylko dla tego miejsca akcentów. To pozwala budować ciekawe programy.

maty nie jest niestety zbyt mocno rozbudowana. W grę wchodzi jeszcze transport lądowy z Aten – tu należy jednak mieć na uwadze, że podróż autokarem ze stolicy zajmuje ok. 4 godziny. Dobra wiadomość jest za to taka, że po drodze znajdziemy wiele cie-

kawych miejsc, w których można się zatrzymać i miło spędzić czas. Budując tym samym niezły program, który zamieni długą podróż w atrakcyjny dzień spędzony na greckim Peloponezie. Chodzi zarówno o podziwianie natury i masy starożytnych zabytków, ale też

ie pochodzące z najdalszych zakątków świata), bary, kluby plażowe, strefy wellness i spa, liczne baseny (także prywatne, przy pokojach), korty tenisowe, boiska, centra sportów wodnych (nurkowanie, surfing, wakeboarding etc.) czy pola golfowe (cztery, z 18 dołkami). Costa Navarino to zresztą wielokrotnie nagradzane (m.in. w World Golf Awards) miejsce dla golfistów.

NIE TYLKO NA INCENTIVE

Na tę chwilę jedynym istotnym wyzwaniem logistycznym dla organizatorów imprez MICE w okolicach Costa Navarino pozostaje to, jak stosunkowo sprawnie i szybko się tam dostać. Na miejscu funkcjonuje co prawda położony w Kalamacie (stolica regionu) port lotniczy, jednak do Polski realizowane są z niego połączenia wyłącznie w sezonie letnim. Pewnym rozwiązaniem może być lot z przesiadką w Atenach lub w Salonikach, ale i w tym przypadku sytuacja nie jest idealna, gdyż po sezonie siatka połączeń nawet z tych dwóch największych greckich miast do Kala-

HOTELE DLA MICE (WYBÓR):

COSTA NAVARINO / KALAMATA

- Akti Taygetos – Conference Resort, www.aktitaygetos.gr/en/
- Elite City Resort Kalamata, www.elite.com.gr
- Garden City Resort Kalamata, <http://garden-city-resort.com>
- Grand Hotel Kalamata, www.grandhotelkalamata.com
- Grecotel Filoxenia Kalamata, www.filoxeniakalamata.com
- Horizon Blu, www.horizonblu.gr
- Mandarin Oriental, Costa Navarino www.mandarinoriental.com/en/costa-navarino/messenia
- The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino, <https://www.marriott.com/en-us/hotels/klxlc-the-romanos-a-luxury-collection-resort-costa-navarino/overview/>
- The Westin Resort, Costa Navarino, www.marriott.com/en-us/hotels/klxwi-the-westin-resort-costa-navarino/overview

- W Costa Navarino, www.marriott.com/en-us/hotels/klxwh-w-costa-navarino/overview/
- Vasilikon Hotel, <https://vasilikonhotel.gr>

MYKONOS

- Amyth of Mykonos, www.amythhotels.com/mykonos
- Boheme Mykonos, www.bohememykonos.com
- Grecotel Mykonos Blu, www.mykonosblu.com
- Kivotos Luxury Hotel & Villas, www.kivotoshotels.com/mykonos/luxury-hotel-villas/
- Myconian Imperial, www.myconianimperial.gr
- Mykonos Grand Hotel & Resort, www.mykonosgrand.gr
- Palladium Mykonos Hotel, www.hotelpalladium.gr
- Royal Myconian, www.royalmyconian.gr
- Saint John Hotel Mykonos, www.saintjohn.gr
- Tharroe of Mykonos, www.tharroeofmykonos.gr



Właściwy wybór

Agnieszka Jasińska-Goerd, właścicielka i założycielka Polhotrep

Zdecydowaliście się na promocję Grecji nieoczywistej. Miejsc, które są przez branżę MICE słabo znane lub wręcz nieodkryte. Czy taka strategia się opłaca?

Nasze działanie było celowe i bardzo przemyślane. Przygotowując podróż studyjną do Grecji chcieliśmy odkryć przed organizatorami incentive miejsca w tym kraju, które stwarzają świetne możliwości organizacji programów dla grup, ale nie są jeszcze tak dobrze znane. Takie, w których do tej pory – co wiemy z własnego doświadczenia i obserwacji – nieczęsto odbywały się imprezy MICE. Pokazywanie najpopularniejszych atrakcji turystycznych i destynacji, takich jak chociażby Kreta czy Rodos, nie miałyby większego sensu. To oczywiście fantastyczne miejsca, lubiane przez każdego, ale przez to doskonale znane. Poza miłym spędzeniem czasu, nasz wyjazd study tourowy nie wniósłby więc zbyt wiele nowego, na pewno nie zainspirowałby tak mocno zaproszonych gości, nie uświadomił im zupełnie nowych możliwości spędzenia czasu w Grecji. A przecież właśnie o to chodziło.

Jak tworzony był program podróży?

Za jego przygotowanie odpowiedzialne były trzy firmy: lokalne biuro DMC Sassy Events, mające duże doświadczenie na polskim rynku, Time4Travel, firma specjalizująca się w sprzedaży biletów grupowych dla firm, organizacji i branży MICE oraz reprezentowany przeze mnie Polhotrep, promujący destynacje i zagraniczne firmy wśród polskich organizatorów turystyki. Naszym priorytetem, a zarazem pierwszym pomysłem, było zaprezentowanie uczestnikom Costa Navarino i całego Peloponezu, który jest mniej znany niż położone stosunkowo niedaleko Ateny czy większość greckich wysp. Później zaczęliśmy myśleć o tym, co ciekawego można by „dodać”, aby program był jeszcze lepszy i bardziej zróżnicowany. Aby pokazać coś więcej niż tylko jedną destynację, żeby uczestnicy mogli wynieść z podróży jak najwięcej. Pojawiła się propozycja Mykonos, występującego w ofertach MICE stosunkowo rzadko. Tymczasem ta niewielka wyspa daje całkiem duże możliwości dla grup biznesowych. Przez to świetnie nadaje się na krótki incentive, ale również jako „dodatek” do programów realizowanych na przykład w okolicach Aten lub na innych greckich wyspach. Umożliwiają to bardzo dobre połączenia lotnicze. Trwający kilkadziesiąt minut lot nie stanowi dużego problemu, dzięki czemu można łatwo zmienić otoczenie i zaoferować uczestnikom incentive ciekawą wartość dodaną.

Skoro mowa o uczestnikach... co decydowało o doborze agencji biorących udział w study tourze do Grecji?

W przypadku organizowanych przez nas wyjazdów studyjnych zasada jest zawsze taka sama. Zapraszamy na nie topowe agencje MICE w Polsce, cieszące się dobrą renomą, często organizujące różnego rodzaju imprezy. Na liście znajdują się firmy, z którymi już współpracujemy w innych destynacjach i chcemy pokazać im coś nowego, ale również takie, z którymi dopiero chcielibyśmy współpracować. Duże doświadczenie i znajomość rynku ułatwiają nam dokonanie właściwego wyboru.

posiłki w lokalnych restauracjach czy degustacje w miejscowych winnicach. Brak nudy gwarantowany.

Oprócz tego należy zwrócić uwagę na jeszcze jeden fakt. Costa Navarino to destynacja nadająca się nie tylko na incentive, ale za sprawą dobrej infrastruktury, także do organizacji większych imprez, w tym konferencji czy szkoleń firmowych. Tym bardziej, że w łatwy

sposób można je uatrakcyjnić, łącząc część merytoryczną z wypoczynkową, aktywnościami team buildingowymi czy odkrywaniem lokalnej oferty turystycznej. Z punktu widzenia logistyki transportu w przypadku tego typu grup – z reguły liczniejszych – dobrym pomysłem wydaje się skorzystanie z lotu czarterowego, który pozwoli bezpośrednio dotrzeć na miejsce (na wspomniane już lotnisko poło-

żone pomiędzy Kalamatą a Messeną), rozwiązując tym samym problem zbyt długiej podróży. To ciekawa propozycja dla polskich firm – szczególnie biorąc pod uwagę stosunkowo niedaleką odległość Costa Navarino od naszego kraju, co nie pozostaje bez wpływu na koszty biletów czy wynajęcia całego samolotu.

LUKSUS I TRADYCJA

Kilka połączeń lotniczych dziennie realizowanych jest natomiast na trasie pomiędzy Atenami a Mykonos, co pozwala łączyć programy MICE realizowane w innych częściach Grecji (głównie w stolicy i okolicach, chociaż nie tylko) z wizytą na tej wyspie – uznawanej za jedną z najpiękniejszych w kraju, chociaż przez gości MICE wciąż nieodkrytą. Podobnie jak Costa Navarino, chociaż tym razem to kierunek dla mniejszych grup, szukających czegoś oryginalnego, ale w dość ekskluzywnej oprawie. Luksus przeplata się tam bowiem z tradycją, a życie tętni praktycznie przez całą dobę. Mykonos Town (Chora) to z jednej strony masa sklepów i butików, a z drugiej wspaniałe uliczki, biegnące wzdłuż bajkowych, białych domków. Nieco inny, spokojniejszy klimat panuje w położonej zaledwie kilka kilometrów dalej wiosce Ano Mera. Cała wyspa oferuje za to masę restauracji, tawern oraz barów i klubów, często zlokalizowanych nad samym morzem. To właśnie nocne życie, a także przepiękne plaże (m.in. Elia, Paradise, Psarou, Agios Sostis) są jednymi z najważniejszych wyróżników tego miejsca. Organizując incentive na Mykonos trzeba liczyć się z wyższymi niż w innych częściach Grecji kosztami, co nie oznacza, że nie da się tam znaleźć również nieco tańszych hoteli czy lokali gastronomicznych. W dodatku bardzo urokliwych, mogących pochwalić się lokalnym klimatem i niepowtarzalną atmosferą. Biorąc pod uwagę, że do tej pory nie była to zbyt popularna destynacja MICE, z pewnością stanowi interesującą alternatywę dla organizatorów wyjazdów firmowych. W końcu właśnie takich – dobrze kojarzących się, ale równocześnie nieoczywistych kierunków – coraz częściej żądają klienci. MK