

Study press PROT

Pierwszy profesjonalny produkt

Pora skończyć z wizerunkiem Białegostoku, miasta nijakiego, pozbawionego wyrazu, bez przekonującej wizji rozwoju usług turystycznych. Pojawia się szansa na zmianę tego mało chwalebego stereotypu. A to za sprawą nowego produktu turystycznego, który w warstwie promocyjnej odwołuje się do ujmującej cechy, którą szczyłą się mieszkańcy miasta: „Gościnności”.

Przywoływanym, wdzięcznym jej symbolem, pozostaje pamięć osoby znamenitego przodka – Jana Klemensa Branickiego, hetmana wielkiego koronnego, pretendenta do polskiej korony.

Ta świetna osobistość i wyrafinowany smakosz życia, słynął jako gościnny gospodarz ekstrawagancko przepysznych przyjęć, które wydawał w swojej magnackiej rezydencji wzorowanej stylem architektonicznym na wielkich francuskich założeniach parkowo-pałacowych. Zaproszeń do udziału w wielodniowych wystawnych balach w „podlaskim Wersalu” nie odrzucali najznakomitsi, utytułowani członkowie europejskiej socjety dworskiej, przydając im blasku i czyniąc z nich odnotowywane w kronikach głośne towarzyskie wydarzenia.

Tutejszej gościnności we współczesnym wydaniu mogą pokosztować turyści decydujący się na skorzystanie z pakietu usług nowego produktu turystycznego „Gościnny Białystok”. Grupa dziennikarzy zaproszonych przez Podlaską Regionalną Organizację Turystyczną, miała okazję w trakcie krótkiej, doskonale zorganizowanej wizyty studyjnej, szczegółowo poznać wartość oferty, która obejmuje między innymi trzydniowy pobyt w wykwinnym hotelu „Branicki”, spacer z przewodnikiem po mieście „Szlakiem Jana Klemensa Branickiego”, biesiadę podlaską w Folwarku Nadawki i czynny wypoczynek w Golf Parku Lipowy Most – w sercu Puszczy Knyszyńskiej.

Szkolenie przyniosło efekt

W spotkaniu z przedstawicielami mediów uczestniczył **Adam Poliński**, pierwszy zastępca prezydenta Białegostoku, **Krzysztof Marek Karpieszuk**, Dyrektor Departamentu Prezydenta Miasta, **Grzegorz Chocian**, prezes firmy Ekoton sc, koordynator projektu „Turystyka – wspólna sprawa”, członkowie grupy partnerskiej – **Marek Grzesiak**, dyrektor hotelu „Branicki”, **Anna Horodeńska**, kierownik sprzedaży i marketingu hotelu „Branicki”, **Katarzyna Pierwenis**, twórczyni pamiątek regionalnych i przewodnik turystyczny, **Paweł Snarski**, **Krzysztof Dmochowski**, i **Sławomir Kiszycki** właściciele

Folwarku Nadawki i firmy „Casablanca Catering sp. z o.o.”, **Urszula i Piotr Zdrojkowscy**, właściciele Golf Parku Lipowy Most, **Jolanta Sitko**, dyrektor agencji turystycznej „Nowator”, sprzedającego produkt turystyczny oraz czuwające nad zachowaniem merytorycznego toku i sprawnym przebiegiem całej wizyty – **Jadwiga Dąbrowska**, dyrektor PROT i **Monika Kupryjaniuk**, pracownik biura PROT.

– Powstanie produktu jest wynikiem współpracy grupy partnerskiej, która zawiązała się w efekcie szkoleń programu „Turystyka – wspólna sprawa”. W trakcie szkoleń w hotelu „Branicki” doszliśmy do wniosku, że dobrze byłoby połączyć siły w realizacji wspólnego przedsięwzięcia, które zmieniłoby opinie o trzystutysięcznym Białymstoku uchodzącym za miasto nieciekawe, w którym nic się nie dzieje – mówi Anna Horodeńska. – Mamy w swojej grupie wszystkie podmioty, dzięki którym możemy w sposób właściwy przyjąć gości, zapewnić im nocleg, wyżywienie i ciekawy program pobytu.

Wykwintny standard i ludowa tradycja

Zaznaczmy na wstępie, że pakiet usług w ramach „Gościnnego Białegostoku” stworzony został z myślą o klientach, którzy niespecjalnie liczą się z groszem oraz, co nie mniej ważne, mają upodobanie do spędzania wolnego czasu w licznych towarzystwie. Chętni muszą spełniać obydwa warunki: cena trzydniowego pobytu to 760 zł od osoby, przy czym najmniejsza liczebnie grupa uczestników ustalona została na 10 osób. Z tej przyczyny aprobującym okiem spojrzą na nowy produkt przede wszystkim organizatorzy specjalizujący się w ogólnie rozumianej turystyce biznesowej. Skrojenie oferty pod ich potrzeby jest w pełni uzasadnione. Turyści konferencyjni oraz ludzie interesu dominują wśród podróżnych pojawiających się w mieście. Oni też, co nie ulega wątpliwości, nie dopatrzą się w programie pobytu słabego punktu.

Jak wiadomo decydujące o powodzeniu bywa na ogół pierwsze wrażenie, które w tym wypadku nie może być lepsze. Początek przygody w Białymstoku rozpoczyna się na progu kameralnego, czterogwiazdkowego hotelu „Branicki”. Wita nas odtworzona, uroczo staroświecka architektura odbudowanej kamienicy przy ulicy Zamenhofa 25. Wysmakowane wnętrza zaaranżowane z dbałością o konsekwencję stylu nawiązującego do lat przeszłości. Przypominają o niej wymyślne szczegóły. Czasem drobiazgowo przerysowane, jak w przypadku zabawnych dźwięków imitujących odgłosy skrzypienia starego mechani-



Foyer hotelu Branicki. Od lewej Jolanta Sitko, dyrektor agencji turystycznej „Nowator”, Marek Grzesiak, dyrektor hotelu Branicki, Anna Horodeńska, kierownik sprzedaży i marketingu hotelu Branicki, Katarzyna Pierwenis, twórczyni pamiątek regionalnych i przewodnik turystyczny oraz Jadwiga Dąbrowska, dyrektor Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej



Muzeum Ikon w Supraślu. Celnik mnisza piszącego ikonę



Golf Park Lipowy Most. Lekcja skomplikowanych zasad zachowania na greenie

ZDJEŃCA: MARGORZATA BOREJKO

zmu dobywające się z dyskretnego głośnika w supernowoczesnej hotelowej windzie.

– Najbliższym odniesieniem do standardu hotelu „Branicki” jest przedwojenny białostocki „Ritz” zaliczany do najznamienitszych hoteli w Polsce – stwierdza dyrektor Marek Grzesiak. – W tej chwili hotel cieszy się bardzo wysoką frekwencją gości, także zagranicznych. Nasza dewiza brzmi: „Hotel Branicki więcej niż gościnność”. Cieszymy się, że goście podkreślają nie tylko walory wyposażenia i klimatu, ale i profesjonalizm personelu. Niewiele znaczy luksus wewnątrz bez perfekcyjnej obsługi

Po spacerze po Białymstoku i zwiedzeniu unikatowego Muzeum Ikon w Supraślu pod opieką Katarzyny Pierwenis – przewodnika i jednocześnie producenta pamiątek regionalnych, uczestnicy przenoszą się do oddalonego o dwa kilometry od granicy miasta – Białostockiego Muzeum Wsi. Skansen frapuje zbiorem eksponatów, ale szybko nuży. Zwiedzający życzyłby

W 2006 roku na zlecenie Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, przy udziale finansowym Urzędu Miasta Białostok i Ministerstwa Gospodarki, opracowany został „Program rozwoju markowego produktu turystycznego dla Miasta Białostok, jako modelowego rozwiązania dla budowy marki miasta”. Program ten koncentruje się na określeniu wiodących produktów miasta i opracowaniu ich głównych komponentów. Wskazuje również sposoby budowy i rozwoju tych produktów oraz wdrażania ich na rynek. Jest to doskonały materiał do tworzenia nowych produktów turystycznych, które w przyszłości przyczynią się do podniesienia atrakcyjności miasta Białostok.

sobie większej dozy inwencji w aranżacji terenu i prezentacji ekspozycji, która nawiasem mówiąc, aż prosi się o inwestycje mogące ożywić to wyjątkowe miejsce. Za to po sąsiedzku, w Folwarku Naddawki, powitani zostaniemy z żywiolową werwą, huczną podlaską uczną przy dźwiękach kapeli. Zabawa trwa dopóki gościom starcza sił przy sutych, mało dietetycznych stołach.

Efektownym ukoronowaniem pobytu będzie wizyta na polu golfowym. W Golf Parku Lipowy Most, regularnie kilkadziesiąt osób tygodniowo maszeruje od dołka do dołka, po nierozległym (ale rozbudowywanym) trawiastym terenie, oddając się grze uznawanej za sposób relaksu zarezerwowany dla finansowych elit. Ale przekonujemy się, że nie tylko. – Postanowiliśmy walczyć ze stereotypami, że golf jest dla snobów, którzy nie wiedzą, co robić z pieniędzmi i czasem. Ten golf, który proponujemy, to rodzinny wypoczynek, atrakcje dla całej rodziny – wyjaśnia Piotr Zdrojkowski, właściciel posiadłości i zarazem instruktor cierpliwie wyjaśniający zasady prawidłowego back-swingu rozemocjonowanym adeptom sztuki uderzania piłeczki z twardego plastiku w kierunku greenu. Zmęczonych wysiłkiem sportowców czeka obiad w stylizowanym dworcu lub, jeśli kto woli, dania z grilla na świeżym powietrzu.

Nawet najlepszy towar nie znajdzie nabywcy bez właściwej sieci sprzedaży. „Gościnny Białostok” wejdzie do katalogu znanego białostockiego biura turystycznego

„Nowator”. Pierwsi zainteresowani telefonują już z pytaniami o szczegóły. To dobry prognostyk, ale jak przewiduje dyrektor Jolanta Sitko, nowy produkt wymagał będzie przemyślanej promocji i dotarcia do wybranych grup odbiorców.

– Wkrótce powstanie strona internetowa „Gościnny Białostok” oraz towarzyszący jej folder – zapowiada Jadwiga Dąbrowska, dyrektor PROT. Komplet informacji dostępny będzie także na stronach internetowych PROT oraz Urzędu Miasta, który jako członek Podlaskiej ROT wspiera przedsięwzięcie.

Czas na strategię

– To produkt bardzo na czasie – ocenia zastępca prezydenta Adam Poliński (na zdjęciu) – Białostok nie ma wielkiego potencjału turystycznego. Staramy się to zmienić, tworzymy kalendarz imprez, budujemy wizerunek miasta oparty o historyczne tradycje, łączące wartości ludowe i legendę miasta magnackiego, które wyrosło i żyło przy pałacu hetmana Branickiego.

Udana współpraca w ramach PROT zaowocowała profesjonalnym produktem, który z powodzeniem pretendować może do Certyfikatu Polskiej Organizacji Turystycznej.



Prezydent Białegostoku **Tadeusz Truskolaski** skierował zaproszenie do władz Światowego Związku Esperanto do zorganizowania kongresu w 2009 roku w grodzie nad Białą. Termin został wybrany nieprzypadkowo, bowiem za dwa lata przypadnie 150. rocznica urodzin twórcy języka esperanto – Ludwika Zamenhafa, który przyszedł na świat nieopodal posadowionego obecnie przy ulicy jego imienia Hotelu Branicki. Zaproszenie zostało przyjęte i w 2009 roku Białostok będzie gościł 94. Światowy Kongres Esperanto.