



Kraków 7 listopada 2011

Szanowny Panie Prezydencie

Poznań ostatnio intensywnie reklamuje się w mediach jako nowoczesny i prężny ośrodek akademicki, gdzie warto studiować i poszerzać własne zainteresowania. Teraz również Szczecin zachęca do odwiedzenia Zachodniopomorskiego, poprzez imprezę w jednej z krakowskich galerii. A Kraków? Na razie ograniczono się do reklam na polskich lotniskach pod hasłem „Destination Krakow”. Akcja ta uwidacznia, że Kraków „celuje” w zagranicznych turystów. Ostatnie lata pokazują spadek liczby osób odwiedzających Kraków, było to spowodowane głównie ogólnoświatowym kryzysem. Ostatni rok pokazuje jednak powolny wzrost liczby turystów przybywających do nas. Obecny rok, jak wskazują wstępne wyliczenia, był już wyraźnie lepszy. Nowi turyści są jednak oszczędniejsi niż ci przed kryzysem. Zwiększyła się też liczba tzw. turystów religijnych. Turyści jednak nie stworzą nowej dynamicznej warstwy społecznej, a w taki potencjał celuje Poznań.

Niedawno zakończyły się targi Tour Salon 2011 w Poznaniu - największa i najważniejsza impreza turystyczna roku 2011 w Polsce. Tym ważniejsza, że w ubiegłym roku miał miejsce w Polsce Rok Chopinowski, obecny rok jest rokiem prezydencji Polski w Unii Europejskiej, a kolejny będzie rokiem największej w historii imprezy organizowanej w Polsce - rokiem mistrzostw Europy w piłce nożnej. Ten zbieg tak ważnych wydarzeń w tak krótkim okresie czasu to ogromna szansa promocyjna dla naszego kraju. Na wystawienie się na targach stać było krakowskie firmy, nie stać było Krakowa. Na targach wystawiali się, Piotrków, Trybunalski, Radków, Konin. Nie było Krakowa. Uprzejmie proszę o podanie uzasadnienia dla takiej decyzji.

Z poważaniem