

TURYSTYKA SPORTOWA NIE ZAWSZE TAK OPŁACALNA JAK SIĘ WYDAJE



Organizacja dużych sportowych imprez może brzmieć jak coś wspaniałego dla kraju, bądź miasta gospodarza. Jednakże istnieje kilka niefortunnych przykładów, które nie powinny być pomijane. World Travel Market zamierza szczegółowo przedyskutować tę kwestię podczas najbliższego spotkania w Londynie.

Okazuje się, że najprostszym sposobem na zarabianie pieniędzy w branży turystycznej jest ukierunkowanie się na **turystykę sportową, czyli różnego rodzaju wydarzenia przyciągające dużą ilość gości**. Dla przykładu, Igrzyska Olimpijskie zawsze są tego rodzaju wydarzeniem. Na czas ich trwania, świat niemal zupełnie się zatrzymuje, bilety sprzedawane są w milionach sztuk, a reklamodawcy „bombardują” publikę różnego rodzaju spotami i billboardami. Wiele państw uważa zatem, że organizacja takiej imprezy jest gwarantem ogromnych zysków i kilkakrotnego zwrotu poniesionych kosztów. Warto jednak pamiętać, że nie zawsze tak jest.

Fiona Jeffrey, przewodnicząca World Travel Market, wskazała, że **podczas gdy istnieje szansa na duże zyski, istnieje także spore ryzyko**. Wspomniała przy tym niezbyt chlubny przykład Montrealu: „Wnioski zostały wyciągnięte z najważniejszych międzynarodowych wydarzeń, sportowych, jak chociażby Igrzyska Olimpijskie w Montrealu (1976), które skończyły się katastrofą finansową, gdyż miasto swoje długi musiało spłacać jeszcze wiele lat po imprezie”. Innym przykładem może być Commonwealth Game, która wystartowała właśnie w Indiach i wydaje się, że także nie przyniesie tak bardzo oczekiwanych korzyści dla kraju, jakie z nią wiązano.

World Travel Market zamierza się zatem skupić na tym problemie podczas zbliżającego się spotkania w Londynie. W dniu otwarcia, czyli 8 listopada, prelegenci, w tym między innymi: Marthinus van Schalkwyk - Minister Turystyki w RPA, Taleb Rafii - sekretarz generalny UNWTO, Mark Bennett - dyrektor Wydziału Sportu TUI i Chris Foy, szef Wydziału Gier 2012, podzielą się swoimi poglądami na ten temat.

Date: 2010-10-18

Article link: <https://www.tourism-review.pl/turystyka-sportowa-nie-zawsze-jest-opacalna-news2446>