

Ladijski turisti še niso dobro izkoriščena priložnost

Neverjetno, a resnično! Prodajni hit med ladijskimi turisti, ki so letos oblegali Koper, je bila obutev iz koprške trgovine Borovo na Čevljarski ulici. Če vprašamo tamkajšnje prodajalke, so ob nedeljah, ko so mesto preplavili potniki z ladje Voyager of the seas, prodale toliko različnih vrst čevljev vseh cenovnih razredov, kot jih niso v vsem tednu.



Letos je ob potniškem terminalu pristalo 77 potniških ladij. Kar 22 nedelj je bil vez rezerviran za eno največjih križark na svetu, Voyager of the seas

Foto: JAKA JERAŠA

KOPER - Poslovodja v Borovu **Sonja Primožič** je več kot zadovoljna. *“Poletna obutev, natikači, japonke, gležnarji, škornji ... Vse so kupovali. Povprečno so za obutev odšteli približno 50 evrov. Iz trgovine so odhajali tudi s po petimi parki različnih čevljev,”* nam je povedala Primožičeva. Kot pravi, so ponavadi ob nedeljah imeli trgovino odprto do 13. ure, če pa so opazili, da kupci še kar obiskujejo poslovalnico, so se hipoma odločili za podaljšanje do 15. ali 16. ure, ker so vedeli, da se jim bo obrestovalo. *“Prodajalke smo bile dobro pripravljene na приход ladijskih turistov, saj smo poskrbele za pestro zalogo vseh vrst in številok obutve,”* uspešno prodajno taktiko opisuje poslovodja v Borovu. Enakega veselja nad izjemnim prodajnim izkupičkom pa ni zaznati med nekaterimi drugimi koprskimi podjetniki, trgovci in gostinci. Lastnik taksi službe Taxi Srečko **Gregor Lorbek** je nekoliko potarnal nad preveliko konkurenco, saj se je ob potniškem terminalu ob prihodu ladij vedno trlo veliko taksistov in vsak si je od ladijskih gostov obetal dober posel.

V “luknji” in z nelojalno konkurenco

“V bistvu smo še najbolj nezadovoljni zaradi lokacije, kamor smo se morali letos premakniti s svojimi vozili. Do zdaj smo lahko turiste čakali na terminalu, po novem pa so nas premestili ob zid na nasprotni strani ceste, kjer smo v kotu, v nekakšni luknji, in nismo dovolj vidni,” je povedal Lorbek. Ob tem je opozoril še na nelojalno konkurenco agentov, ki da so deležni drugačne obravnave kot taksisti. Po njegovih besedah so agenti s svojimi kombiji lahko parkirali na terminalu in tako uspešneje novačili turiste. Sicer pa sogovornik pravi, da so

največ ladijskih gostov popeljali do Pirana (za pot v obe smeri so zaračunali 50 evrov) in v Postojnsko jamo.

V Rogaški niso prodali kristalnega lestenca

Nič kaj zadovoljni niso niti v trgovini Rogaška, kjer so upali, da bodo vsaj premožni Američani kupili kakšen manjši kos dragocenega kristala. Prvi mesec in pol so vztrajali in poslovalnico odpirali tudi ob nedeljah.

Ko so ugotovili, da se to ne splača, ker so v tem času uspeli prodati le tri malenkosti, so se odločili, da bo trgovina ob koncih tedna zaprla svoja vrata. Govorice, da naj bi eden od zahtevnejših potnikov z debelo denarnico pri njih naročil luksuzni kristalni lestenec, ki naj bi mu ga prek letalske pošte dostavili v Ameriko, pa so zanikali.

V bližnji trgovini Poster ne delijo pesimističnih mnenj bližnjih trgovcev. **Teja Martinčič** nam je zaupala, da turisti resda niso segli globoko v svoje žepe, kar pa še ne pomeni, da se v njihovih vrečkah niso znašle takšne in drugačne drobnarije.

“Za med so šli magneti in naprstniki z motivi Kopra, razni spominki in podobne zadeve, ki stanejo en evro ali dva,” je pojasnila sogovornica. Po njenih izkušnjah veljajo za najbolj skopuške predvsem angleški in nemški turisti, zato ima veliko raje Američane in Italijane. Martinčičevi ni žal, da so se odločili za podaljšanje delovnega tedna, saj so ob nedeljah velikokrat zaslužili toliko, kot najboljši dan med delovnikom.

Podobno smo slišali v trgovini z oblačili in obutvijo Oviessa. **Mihael Petrovič** nam je povedal, da se jim je prodaja zaradi obiska ladijskih turistov zelo povečala. V njihovih nakupovalnih vrečkah so se znašle zlasti ženske in moške majice. Najbolj so jih oblegali Američani, sledili pa so jim Angleži ter Nemci. Iz odzivov koprskih trgovcev sodeč so potniki s plavajočih hotelov tipični potrošniki, ki kupujejo obutev, oblačila in ponavadi dokaj kičaste spominke. Nič posebnega torej, zato je na mestu vprašanje, koliko so jih pravzaprav zanimali lokalni enološki, kulinarčni in oljarski izdelki, ki jih zaradi visoke kakovosti marsikdo uvršča v sam vrh takšne ponudbe. *“S prodajnega vidika nismo prav zadovoljni. Pričakovali smo več,”* ne ovinkari prvi mož podjetja Vinakoper **Nevio Pucer**. *“Pri nas je bilo res veliko število turistov, ki so si ogledali klet in se udeležili degustacije. Če bi vsak kupil dve steklenici našega vina, bi bilo odlično. Tako pa ... veliko vložka za malo učinka,”* je realen Pucer. Težavo vidi v dejstvu, da morajo potniki kupljen alkohol do konca križarjenja deponirati v posebni sobi in ga zato ne smejo konzumirati. **Arsen Mihaič**, direktor agencije Adonis, ki je uradni predstavnik ladijske družbe Royal Caribbean International v državah nekdanje Jugoslavije, je potrdil takšne Pucerjeve domneve.

“Ob tem je treba natančneje pojasniti, da potniki nimajo prepovedi vnosa vina in drugih alkoholnih pijač na ladjo, temveč ta prepoved velja zgolj za uživanje teh pijač na ladji,” zatrjuje Mihaič in dodaja, da so pač takšna pravila ladjarja in da to ni nič neobičajnega. *“Tudi ne drži informacija, da naj ne bi smeli na krov nositi steklenic z oljčnim oljem. Prav minule dni sem jih kot kulinarčni spominek dostavil na eno od ladij,”* pravi sogovornik.

Jana Tolja, svetovalka koprskega župana Borisa Popoviča, je nad odzivi dela tukajšnjih ponudnikov trgovskih, turističnih in drugih storitev nekoliko začudena. *“Vprašala bi jih, ali naj torej jutri ukinemo to vrsto turizma, naj ladjam odrečemo gostoljubje. Bo potem boljše? Bodo zadovoljni?”* sogovornica ne razume apatije, ki jo je zaznali med nekaterimi podjetniki.

Kot opozarja, je vsaka ladja s svojimi potniki specifična, zato bi se morali trgovci sproti prilagajati njihovim potrebam. Po njenem mnenju so nekateri to razumeli, drugi pa da bodo kmalu sprevideli, da se jim takšna miselnost bolj splača, kot pa tarnanje, da od tega nimajo nič ali bore malo.

Majhna Padna, velik turistični potencial

Še ena zanimiva letošnja prodajna uspešnica je bila majhna vas Padna, ki je vsako nedeljo sprejela med 200 in 250 gostov z ladje. Gostom so v pokušino ponudili najbolj pristen del slovenske Istre, domače pridelke, oljke, olje, vino, vsaj 20 različnih vrst sladice, ki so jih doma pekle gospodinje, otroci pa so ponujali pobarvane kamenčke, risbice, ročna dela... **Janez Maček** iz portoroškega Atlas Ekspresa, ki ima največ izkušenj in je med turističnimi agencijami najbolj vpet v storitve s potniških križark, je povedal, da so na ladji gostom ponujali vsaj 16 klasičnih izletov po Sloveniji, poleg teh pa se gostje na kopnem odločajo še za nekaj drugih. Letos sta bila v ospredju Padna in Ljubljana, precej manj pa Lipica in Postojnska jama.

NATAŠA HLAJ