

Ljubljana ima premalo hotelskih sob



PIJA KAPITANOVIČ

Gospodarsko razstavišče (GR) po letih krize zdaj že nekaj let posluje pozitivno, poleg sejemske dejavnosti se večja tudi delež kongresnega turizma. Čemu pripisujete dobre rezultate?

Začetki so bili zelo težki. Mandat sem nastopil na začetku recesije. Takrat so bile v slovenskem gospodarstvu razmere izjemno neugodne. Ko podjetja zmanjšajo proračune, se običajno najprej odpovedo oglaševanju in nastopom na sejmihi. To se je poznalo tudi v rezultatih Gospodarskega razstavišča. Med letoma 2005 in 2010 je bila izvedena tudi temeljita obnova razstavišča, zaradi česar je bilo podjetje nenormalno zadolženo. Tako sem ob nastopu moral reševati zadolženost in iskati priložnosti za rast. Postavili smo temelje za reorganizacijo podjetja, se odločili, katerim sejemskim vsebinam bomo namenili poudarek, pospešili razvoj in rast kongresne dejavnosti ter se začeli usposabljanje za izvedbo najrazličnejših dogodkov od koncertov

IZTOK BRICL JE PRIŠEL NA GOSPODARSKO RAZSTAVIŠČE LETA 2010. PRED TEM JE BIL DESET LET ZAPOSLEN V KOLINSKI KOT ČLAN UPRAVE IN PREDSEDNIK UPRAVE TER PET LET KOT PREDSEDNIK UPRAVE ŽITA. KONEC 90. LET JE KOLINSKA KOT ENO PRVIH PODJETIJ PRENEHALA NASTOPATI NA ŽIVILSKEM SEJMU AGRA. POSLOVNI PARTNERJI GA DANES OPISUJEJO KOT ZELO PROAKTIVNEGA IN PRIPRAVLJENEGA NA POVEZOVANJE Z DELEŽNIKI V PANOGI, KAR JE ZA USPEŠNOST SLOVENSKEGA KONGRESNEGA TURIZMA BISTVENEGA POMENA.

do dogodkov z zabavno vsebino, korpo dogodkov ipd. In tako je danes rezultat takšen, kot je.

Leto se počasi izteka, nam lahko zaupate podatke o realizaciji prodaje in pričakovanem dobičku? Letošnje leto bo za Gospodarsko razstavišče rekordno. Realizacija prihodkov bo milijon evrov višja od lani, dobička pa bo po prvih ocenah približno 300.000 evrov, kar je glede na realizacijo – ta bo okoli šest milijonov – zelo lep rezultat.

Ste po krizi kdaj izplačevali dividende? (GR je v skoraj 70-odstotni lasti Mestne občine Ljubljana, 30-odstotni lasti Kada, malo manj kot odstotek imajo manjši delničarji.)

Ne. Naša politika je, da presežke vlagamo v infrastrukturo. Bistvene ga pomena za razvoj dejavnosti je, da imamo dobro opremljene dvorane, saj le tako ob sejemski dejavnosti

lahko razvijamo tudi kongresno, kjer so zahteve zelo visoke.

Kakšen bo večji investicijski projekt prihodnje leto?

Dodatno bomo izpopolnili naš sistem klimatizacije. Naši kongresni gostje pričakujejo t. i. »pingvin stil«. Ker so v poslovnih oblekah, pričakujejo, da bo v dvorani največ 19 stopinj Celzija. Seveda je vlaganje v avdio- in videoopremo naša stalnica. Razmišljamo pa tudi že o novi dvorani. GR poka po šivih od zasedenosti. Cilj je v prihodnjih treh do štirih letih postaviti novo dvorano. V ta namen moramo spremeniti prostorski načrt, dvorana naj bi imela od 2500 do 3000 kvadratnih metrov površine.

Kje pa bi stala nova dvorana?

Med dvorano B (Marmorno dvorano) in C (Stekleno dvorano). Bila bi multifunkcionalna, kakršne so tudi sicer naše dvorane, primerna tako

za sejmsko, kongresno kot tudi koncertno dvorano. Takšna, kot jih v tujini že postavljajo naši konkurenti, to je visoka, z dnevno svetlobo in možnostjo zasteklitve, z ustreznimi podpornimi prostori ter povezana z našimi drugimi dvoranami.

Kje se skrivajo vzroki za rekordno leto?

Po 16 letih smo marca gostili 24. avtomobilski salon s 75.000 obiskovalci. Vzrok, da teh ni bilo še več, je bil v tem, da je dogodek potekal le en vikend in ne dva. Prihodki iz avtomobilskega salona predstavljajo skoraj deset odstotkov celotnih prihodkih GR. Drugi projekt pa je Ema, ki je bila precedens uspešnosti. Pa tudi število mednarodnih kongresov smo povečali na osem.

Pravite, da je bila Ema zelo uspešna. Na RTV menijo nekoliko drugače, vsaj kar zadeva finančni del. Stroški za organizacijo Eme

so bili dvakrat višji od načrtovanih, v primerjavi s preteklimi tremi leti je stala okoli pol milijona evrov več. Novi direktor RTV Igor Kadunc je preseganje stroškov označil za nedopustno.

Ema je bila z vidika organizacije in postavitve po večinskem mnenju obiskovalcev in gledalcev, z vidika opreme, osvetlitve, podobe dvorane izjemna, daleč najboljša, na ravni podobnih prireditev v državah, po katerih se radi zgleujemo. Bila je tudi mednarodno prepoznavna kot vrhunsko izpeljana. Ni bila stisnjena v studiu RTV kot leta pred tem, ampak je potekala na GR, kjer smo po njihovih standardih dodatno investirali v zvočno izolacijo dvorane. Vrhunsko izveden dogodek z več občinstva, kar je mogoče le ob organizaciji dogodka zunaj matičnih prostorov RTV, seveda stane več. Naj pa poudarim, da Gospodarsko razstavišče na račun Eme ni imelo zaslužka, saj smo posel zapirali s kompenzacijo (izjema so le direktni stroški, kot so električna energija, toplotna energija ... GR je torej letos celotno televizijsko oglaševanje za svoje dogodke izvedlo izključno pri RTV SLO. Običajno veliko oglašujemo na POP TV, v lokalnih medijih, a smo zaradi tega posla skoraj večino oglaševanja preusmerili na nacionalko.

Dejali ste, da vam je bila zaradi medijskih zapisov glede preseganja stroškov RTV za Emo povzročena kolateralna škoda.

Malce mi gre na živce, da je zaradi nekaterih notranjih razprtij na RTV – ki jih ne bi komentiral – Gospodarsko razstavišče omenjeno v kontekstu, da je bila prireditev pri nas draga. Prireditev je bila dražja, kot če bi jo organizirali na RTV, ampak to je zaradi več obiska, bolj glamuroznega dogodka normalno. Odločili so se za organizacijo na zunanji lokaciji in na višji ravni, in to prinese višje stroške.

Se vam zdi, da so glede na to, kar so dobili, plačali primerno ceno? Načrtovanih je bilo približno za 700.000 evrov stroškov, na koncu je stalo 1,4 milijona?

Kot direktor Gospodarskega razstavišča ne morem komentirati celotnega projekta, ampak le tisti del, ki zadeva nas. Celoten posel z GR je bil vreden 175.215,18 evra, od tega je RTV plačal za neposredne stroške 68.689,68 evra, za ves preostali znesek pa smo naročili oglaševanje pri RTV SLO. Dobili so torej več, kot so plačali. Gospodarskemu razstavišču so plačali, kot sem dejal, izključno direktne stroške, ki jih je GR s



GOSPODARSKO RAZSTAVIŠČE NA RAČUN EME NI IMELO ZASLUŽKA, SAJ SMO POSEL ZAPIRALI S KOMPENZACIJO. VSE OGLASE SMO PREUSMERILI NA NACIONALKO.





FOTOGRAFIJI UROŠ HOČEVAR

prireditvijo imelo. Stroške dvoran in našega dela pa smo jim dali v zameno za oglaševanje – torej niso plačali nič. Kakšni so bili preostali stroški, ne vem. Če primerjam to prireditve z drugimi, lahko rečem, da je bila Ema izvedena na izredno visoki ravni. Kot vem, je bila odločitev, da bo organizirana zunaj RTV, sprejeta pod nekdanjim generalnim direktorjem Markom Fillijem. Novi generalni direktor ima mogoče drugačen pogled na zadevo. Več ne bom komentiral. Ne bom se spuščal v poslovanje drugih javnih institucij.

Razumem. Zaupajte nam, ali lahko Avtomobilski salon znova pričakujemo čez dve leti?

Prav pred 14 dnevi smo imeli sestanek s sekcijo za osebna motorna vozila pri Trgovinski zbornici Slovenije. Januarja prihodnje leto imajo skupščino, kjer bodo obravnavali Avtomobilski salon 2019, potem bo znana dokončna odločitev. Po mojih informacijah je večina članov naklonjena organizaciji leta 2019, ker je bil dogodek zelo uspešen.

Kakšen delež v prihodkih danes predstavlja sejemska dejavnost in kakšnega kongresna? Kateri del je donosnejši?

V našem interesu je, da rastemo z našimi najboljšimi sejmi, to je mednarodni graditeljski sejem Dom,

ki je največji in najuspešnejši. Za njim dolgo ni nobenega, sledijo mu Ambient Ljubljana z novo kombinacijo Dom Plus, Narava-zdravje in turistični Alpe-Adria ter drugi. Pri kongresni dejavnosti pa iščemo zlasti večje kongrese, z več kot 1000 udeleženci. Danes sejemska in kongresna dejavnost predstavljata že skoraj enakovredna deleža, nekaj odstotkov več še vedno prispeva sejemska. Če me že sprašujete o dobičkonosnosti, so zanimivi večji kongresi.

Ti imajo verjetno tudi največje multiplikativne učinke, poslovni gost zapravi desetkrat več kot navaden turist.

Zagotovo. Gre za mednarodne kongrese iz farmacije, zdravstva, tehnike ...

Kako jih iščete in pridobivate?

Smo člani različnih kongresnih združenj, kjer pridobivamo kontakte. Združenja imajo svoje baze kongresov, ki se dogajajo vsako leto, in destinacija lahko kandidira za izbor. Naj poudarim, da je kongresna destinacija Ljubljana v zadnjih desetih letih na račun samega mesta, ki je z nastopom mandata Zorana Jankovića zelo spremenilo podobo, postala zelo prepoznavna tudi med poslovnimi gosti in organizatorji kongresov.



PO OCENAH NAM MANJKA OD 600 DO 900 HOTELSKIH SOB. RECIMO, KONEC FEBRUARJA 2018 BI LAHKO GOSTILI KONGRES S 3000 UDELEŽENCI, AMPAK TAKRAT IMA LJUBLJANA LE 300 PROSTIH SOB.

Ljubljano so tako le prepoznali tudi kot privlačno, svežo in varno kongresno destinacijo. Udeležujemo se tudi mednarodnih in kongresnih borz, kjer so navzoči organizatorji kongresov, in tam tržimo Ljubljano kot kongresno destinacijo in GR kot kongresno prizorišče.

Kaj za razvoj kongresnega turizma pomeni novoodprti hotel Intercontinental?

Ljubljana ima problem z razmerjem med številom turistov in razpoložljivimi hotelskimi sobami. Pred desetimi leti je bilo turistov okoli 400.000, danes jih je že več kot 1,2 milijona. Temu številu sob ni sledilo. Po enih ocenah nam manjka od 600 do 900 hotelskih sob. Recimo,

konec februarja 2018 bi lahko gostili kongres s 3000 udeleženci, ampak takrat ima Ljubljana le 300 prostih sob.

Da bi jih nastanili še po drugih krajih, pa verjetno ne pride v poštev?

Lahko bi jih vozili na Bled, ampak to je že precej oddaljeno in postavlja se vprašanje funkcionalnosti takšnega kongresa in s tem konkurenčnosti naše ponudbe.

Niste mi še odgovorili, koliko novi hotel v središču Ljubljane prispeva h kongresnemu turizmu?

To je petzvezdični hotel. Naši kongresni udeleženci večinoma spijo v hotelih z do štirimi zvezdicami, zato za naše goste ni najprimernejši. Del udeležencev – senior management – že spi tam, a večina ne. Seveda pa je za razvoj korpo dogodkov pomembno, da imamo tudi hotele najvišjega ranga.

Uspešno ste se povezali tudi s turškim organizatorjem kongresov Dekon. Čemu bo namenjeno novo podjetje, ki ste ga ustanovili?

Dekon Turčija je eden izmed vodilnih profesionalnih organizatorjev kongresov na svetu, četrti največji v Evropi. Imajo 17 milijonov evrov realizacije prodaje, 72 zaposle-

nih in veljajo za zelo uglednega organizatorja. Potem ko so pri nas organizirali tri kongrese, sem jim predlagal, da bi skupaj ustanovili podjetje za organizacijo kongresov v Sloveniji in državah nekdanje Jugoslavije. Aprila je podjetje, ki ima zdaj dva zaposlena, začelo delovati. To je prvi mednarodni organizator kongresne dejavnosti v Sloveniji. Dekon Turčija in GR imata vsak po polovični delež. Direktorja sva lastnik Dekon Turčija Cengiz Korkmaz in jaz. Združitev s turškim organizatorjem je pomembna, ker bo on lahko pripeljal še več dogodkov k nam, saj so prisotni v še več združenjih kongresov kot mi, imajo več kontaktov, zaradi svojega ugleda pa lahko tudi prodorneje lobirajo za našo destinacijo. Dogodki ne bodo le na GR, ampak tudi v Cankarjevem domu, na Bledu, v Portorožu in tudi zunaj meja Slovenije.

Katerih dogodkov se sami najraje udeležujete na Gospodarskem razstavišču?

Navzoč sem na skoraj vseh dogodkih, zelo rad se usedem in prisluhnem vsebini. Sicer pa imam najraje elektronske dogodke, ki se izvajajo pod blagovno znamko Kurzsluss. Na GR sem, vsaj decembra, tako rekoč od jutra do jutra. (smeh)

pija.kapitanovic@delo.si