

EGZEMPLARZ BEZPŁATNY



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

PIĘKNY W SCHÓD



Promocja
zrównoważonego
rozwoju turystyki
Polski Wschodniej
2007–2013



ROZWÓJ POLSKI WSCHODNIEJ
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
w ramach Programu Operacyjnego Rozwoju Polski Wschodniej na lata 2007-2013



Move Your Imagination

PIĘKNY W SCHÓD



■ www.pieknywschod.pl

Polska Organizacja Turystyczna
Ul. Chałubińskiego 8
00-613 Warszawa
Tel. +48 22 536 70 70
fax +48 22 536 70 04
e-mail: pot@pot.gov.pl
www.pot.gov.pl
polska.travel



*Sielpia, w województwie świętokrzyskim,
malowniczo położona nad zalewem Czarnej Koneckiej*



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Pragnę zachęcić do zapoznania się z niezwykle interesującym przedsięwzięciem promocyjnym, które jeszcze na etapie projektu i przedpremierowych pokazów prasowych spotkało się z żywym odbiorem i wieloma pochlebnymi recenzjami.

Spółeczny efekt przekazu monitorowany w kolejnych etapach jego realizacji potwierdził pierwsze wrażenia i pozytywne oceny. W oddawanym do Państwa rąk wydawnictwie Polska Organizacja Turystyczna przedstawia szczegóły kampanii „**Piękny Wschód**” opracowanej w ramach projektu indywidualnego „**Promocja zrównoważonego rozwoju turystyki**” i realizowanej dzięki wsparciu z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Działania V.1 Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej, 2007-2013. Polska Organizacja Turystyczna jest beneficjentem tego projektu.

Rozpoczęta na przełomie lipca i sierpnia 2010 roku kampania promocyjna ma na celu wzrost zainteresowania ofertą turystyczną pięciu województw: warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, świętokrzyskiego, lubelskiego i podkarpackiego.

Działania promocyjne w ramach projektu „**Piękny Wschód**” prowadzone są we współpracy z regionalnymi organizacjami turystycznymi. Zostały dopasowane do programu wydarzeń i akcji promocyjnych

indywidualnie podejmowanych przez samorządy regionalne. Forma i treść kampanii wynikają bezpośrednio z analizy badań społecznych poświęconych atrakcyjności turystycznej poszczególnych obszarów i ich potencjału turystycznego. W założeniach projektu jest między innymi zmiana sposobu postrzegania przez Polaków wschodnich regionów kraju. Kampania adresowana jest przede wszystkim do polskich turystów poszukujących nowych form wypoczynku, lubiących czynnie spędzać wolny czas, a także wypoczywać w gronie rodzinnym. Wybraną grupą docelową w Polsce są osoby w średnim i starszym wieku, który pozwala świadomie i z odpowiedzialnością cieszyć się pełnią życia. W przypadku turystów zagranicznych, głównie z Niemiec i Ukrainy, grupa adresatów została zawężona do ludzi, którzy nie ukończyli jeszcze 35 lat. Zdaniem specjalistów, to okres życia, kiedy odczuwamy najintensywniej pragnienie przeżywania przygód i eksploracji nowych miejsc.

Serdecznie zapraszam na piękny wschód...



Rafał Szmytke

Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej



Informacja o projekcie

- istota i cel projektu 2
- partnerzy 6

Prezentacja potencjału regionów

- województwo warmińsko-mazurskie 10
- województwo podlaskie 11
- województwo lubelskie 12
- województwo podkarpackie 13
- województwo świętokrzyskie 14
- wyniki badań 15

Prezentacja kampanii

- kreacja 16
- prasa 17
- radio 18
- telewizja 19
- reklama zewnętrzna 20
- reklama w internecie 21
- wydarzenia 22
- inne działania promocyjne 26
 - ambient marketing 26
 - wizyty studyjne 26
 - gra internetowa 27
 - konkurs prasowy 27
 - virale 28
 - publikacje 28
 - serial internetowy 29
- strona internetowa 30

Podsumowanie 32

Istota i cel projektu

Celem projektu „Promocja zrównoważonego rozwoju turystyki” jest wzrost zainteresowania ofertą turystyczną pięciu województw wschodniej Polski: warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, lubelskiego, podkarpackiego oraz świętokrzyskiego.

Beneficjentem projektu jest Polska Organizacja Turystyczna (POT).

Umowa o dofinansowanie realizacji projektu została zawarta dnia 15 lutego 2010 r.

Budżet projektu to kwota 23.944.117,68 PLN (na okres styczeń 2010 r. – październik 2012 r.). Dotacja pochodzi z Działania V.1 Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej, 2007-2013.

- Projekt składa się** z dwóch komponentów:
- I. Opracowanie Studium uwarunkowań atrakcyjności turystycznej Polski wschodniej, w tym analiza segmentów turystyki oraz typów turystów odgrywających kluczową rolę w regionalnych gospodarkach makroregionu.
 - II. Promocja Polski wschodniej jako miejsca aktywnego wypoczynku – multimedialna kampania promocyjna.

Przekaz

Kampania ma na celu przekonanie odbiorców o atrakcyjności turystycznej makroregionu i zachęcenie do skorzystania z dostępnej tam oferty turystycznej. Przekaz promocyjny skupia się zarówno na kreowaniu pozytywnego wizerunku turystycznego, jak i na prezentacji wybranych dla poszczególnych województw produktów turystycznych.

Promocja obejmuje prezentację obszarów cennych przyrodniczo, atrakcje krajoznawcze, obszary wiejskie, kuchnię regionalną i turystykę aktywną.

Istotnym elementem przekazu promocyjnego jest przede wszystkim podkreślenie wielokulturowości i różnorodności regionów. Dlatego przekaz i rozwiązania kreatywne są uniwersalne a jednocześnie wyróżniające się na tle innych kampanii.

Odbiorcy

Podczas realizacji kolejnych etapów kampania ma przykuwać uwagę określonej grupy docelowej. Głównym adresatem kampanii są potencjalni turyści w wieku 25-59 lat, w szczególności *rodziny z dziećmi*. Istotną część działań promocyjnych ma także na celu dotarcie do specyficznej grupy docelowej jaką są „poszukiwacze inności” i „turyści aktywni”.

„Poszukiwacze inności” są przodownikami w dziedzinie aktywnej turystyki. Z większym niż inni zapalem i konsekwencją poszukują w turystyce inności i nowości, wyznaczają nowe trendy w uprawianiu turystyki aktywnej i specjalistycznej podczas pobytów krótko- i długookresowych. Natomiast „turyści aktywni” to naśladowcy, którzy podążają za liderami opinii.

Projekt obejmuje swoim zasięgiem rynek polski z podziałem na mieszkańców regionu Polski wschodniej oraz mieszkańców pozostałych województw, a także rynki niemiecki i ukraiński. W końcowym etapie projektu komunikacja obejmie właśnie swym zasięgiem mieszkańców Niemiec i Ukrainy, krajów, których obecny potencjał marketingowy daje stosunkowo największe możliwości dla przyszłości turystyki „Pięknego Wschodu”.



Założenia kampanii dotyczące narzędzi promocyjnych:

Wszystkie działania związane z prowadzeniem kampanii „Piękny Wschód” zostały podzielone na siedem etapów (od A do G) realizowanych od lipca 2010 r. do lipca 2012 r. Zadania realizowane w każdym z tych etapów mają różne cele komunikacyjne i marketingowe.



Działania związane z realizacją kampanii w poszczególnych kanałach komunikacji poprzedziły prace produkcyjne związane z przygotowaniem materiałów reklamowych (spotów TV, radiowych, reklam prasowych i internetowych).

W kampanii mediowej wykorzystano telewizję, prasę, zrealizowano kampanię w radiu i internecie. Do kanałów używanych we wcześniejszych etapach kampanii dołączono w 2011 dodatkowo nośniki outdoorowe. Wszystkie działania zaplanowane w ramach kampanii realizowanej pod hasłem „Piękny Wschód” mają na celu efektywne i różnorodne dotarcie do grupy docelowej w celu zainspirowania i zachęcenie jej do odkrywania „Pięknego Wschodu”.

W skład działań prowadzonych podczas kampanii wchodzi:

- kampania filmowa w internecie
- serial internetowy
- kampania ambient marketing
- serwis internetowy
- kampania odsłoniowa w internecie
- kampania radiowa
- kampania telewizyjna
- kampania prasowa
- kampania outdoorowa
- gry i konkursy
- obecność redakcyjna w co najmniej 10 publikacjach prasowych
- konferencje prasowe
- wizyty studyjne
- publikacje
- imprezy promocyjne
- product placement w co najmniej 1 odcinku serialu telewizyjnego
- obecność reakcyjna w co najmniej 6 programach telewizyjnych
- obecność reakcyjna w co najmniej 12 audycjach radiowych

Głównym elementem kampanii oraz narzędziem integrującym poszczególne zadania i etapy jest serwis internetowy **www.pieknywschod.pl**, gdzie prezentowane są atrakcje Polski wschodniej.

Jednym z głównych celów kampanii promocyjnej jest zachęcanie grupy docelowej do korzystania z tego serwisu jako źródła informacji o atrakcjach turystycznych „Pięknego Wschodu”.

Odwolania do adresu strony internetowej **www.pieknywschod.pl** są używane we wszystkich działaniach ATL, BTL i PR. W 2010 roku została utworzona anglojęzyczna wersja serwisu, w 2011 zaczęły działać wersje ukraińska i niemiecka.



Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna

Powstała w roku 2003. Ma status stowarzyszenia z możliwością zrzeszania członków zwyczajnych – zarówno osób fizycznych jak i prawnych.

Celem WMROT jest kumulowanie środków finansowych na rzecz rozwoju turystyki, budowa wizerunku regionu jako atrakcyjnego turystycznie a także tworzenie płaszczyzny współpracy pomiędzy podmiotami gospodarczymi działającymi w turystyce a organami administracji publicznej. Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna realizuje swoje cele poprzez promocję regionu na rynku krajowym i zagranicznym, organizację imprez promocyjnych, koordynację działań w zakresie i na rzecz rozwoju turystyki w regionie. Prowadzi także Wojewódzkie Centrum Informacji Turystycznej, tworzy regionalny system informacji turystycznej i implementuje go do systemu krajowego, pomaga w tworzeniu LOT oraz prowadzi działalność wydawniczą.

Kontakt:

ul. Staromiejska 1
10-017 Olsztyn
tel. (89) 535 35 65
tel. (89) 535 35 67
fax. (89) 535 35 66
e-mail: woit@warmia.mazury.pl
www: mazury.travel



Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna

Powstała w roku 2002, działa jako stowarzyszenie non-profit. Prowadzi wszechstronne działania na rzecz promocji regionu i rozwoju turystyki. PROT jako związek stowarzyszeń zrzesza najatrakcyjniejsze turystycznie miasta i gminy, wyższe uczelnie, stowarzyszenia i firmy sektora turystycznego, muzea i inne instytucje kultury województwa podkarpackiego. Zadaniem PROT są: wzmocnienie wizerunku województwa jako atrakcyjnej destynacji, odkrywanie i rozwój nowych produktów turystycznych, rozbudowa systemu IT, integracja środowisk branżowych poprzez współpracę sektora publicznego z niepublicznym oraz stowarzyszeniami, organizacjami i przedsiębiorcami. Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna koordynuje również działania w zakresie planowania imprez, inicjuje, opiniuje i wspomaga plany rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej. PROT działa na rzecz podnoszenia kwalifikacji zawodowych kadr turystycznych, prowadzi badania marketingowe, analizy i monitoring.

Kontakt:

ul. Szopena 51/302
35-959 Rzeszów
tel. (17) 852 00 09
tel. (17) 852 06 00 w.230
fax. (17) 867 62 30
e-mail: prot@prot.rzeszow.pl
www: podkarpackie.travel

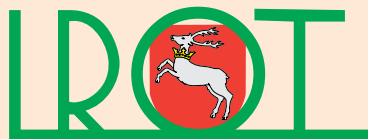


Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna

Powstała w 2004 r., jest stowarzyszeniem utworzonym w celu promowania atrakcji turystycznych województwa lubelskiego w kraju i zagranicą. Głównym działaniem LROT jest integracja środowisk turystycznych przez współpracę publicznego i niepublicznego sektora gospodarki turystycznej, organizacji, stowarzyszeń i przedsiębiorców a także koordynowanie działań promocyjnych dotyczących turystyki na Lubelszczyźnie. LROT tworzy platformy współpracy organów administracji rządowej i samorządowej, samorządu gospodarczego i zawodowego, podmiotów gospodarczych, stowarzyszeń turystycznych i innych podmiotów realizujących zadania promocji i rozwoju turystyki w województwie lubelskim. Obecnie organizacja zrzesza Samorząd Województwa Lubelskiego, najatrakcyjniejsze turystycznie miasta, gminy i powiaty, wyższe uczelnie, stowarzyszenia, biura podróży, ośrodki wypoczynkowe oraz inne firmy sektora turystycznego.

Kontakt:

ul. Skłodowskiej 5
20-029 Lublin
tel. (081) 532 14 48
fax (081) 532 14 48
e-mail: info@lrot.pl
www.lrot.pl



Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna

Powstała w 2002 r., jest stowarzyszeniem powołanym w celu kreowania i promowania pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku województwa na krajowych i zagranicznych rynkach turystycznych. Zgodnie ze strategią rozwoju województwa, wspiera rozwój turystyki, wspomaga programy oraz plany rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej, integruje środowiska lokalne (gminy i powiaty). Koordynuje wszelkie działania proturystyczne, tworzy warunki do powstawania i promowania produktów turystycznych. PROT propaguje i podejmuje działania związane z ochroną środowiska, wspiera działania na rzecz kultury oraz doskonali kadry obsługi turystyki. Prowadzi badania marketingowe w zakresie turystyki, analizuje i koordynuje system IT w regionie. Propaguje działalność w zakresie krajoznawstwa, ekologii oraz ochrony dziedzictwa przyrodniczego.

Kontakt:

ul. Malmęda 6, 15-440 Białystok
tel. (85) 653 77 97
tel. (85) 732 68 31
fax (85) 732 68 31
e-mail: podlaskieit@podlaskieit.pl
www.podlaskieit.pl



Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego

Powstała w 2002 r., działa w formule prawnej związku stowarzyszeń. Misją ROT jest wspieranie rozwoju i promocja turystyki województwa świętokrzyskiego.

ROT skupia, jako członków - zarówno podmioty publiczne, jak prywatne, a także stowarzyszenia. Organizacja działa w celu promocji województwa świętokrzyskiego, integracji lokalnego środowiska turystycznego i doskonalenia kadr turystycznych. Prowadzi badania rynkowe i analizy, monitoruje ruch turystyczny. ROT inicjuje działania zwiększające świadomość ekologiczną, wspiera inicjatywy proekologiczne i działania na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki. Wspiera wszelakie inicjatywy gospodarcze społeczności regionu związane z branżą turystyczną. ROT dba również o rozwój kultury i ochronę dóbr dziedzictwa kulturowego.

Kontakt:

ul. Ściegiennego 2
25-033 Kielce

tel. (41) 361 80 57

tel. (41) 348 00 60

fax (41) 361 80 57

e-mail: rot@swietokrzyskie.travel

www.swietokrzyskie.travel



Polska Izba Turystyki

Polska Izba Turystyki jest największą ogólnopolską organizacją samorządu gospodarczego istniejącą od ponad 20 lat. Strukturę Izby tworzą oddziały terenowe w ważnych dla obsługi ruchu turystycznego regionach kraju. Polska Izba Turystyki posiada swoje przedstawicielstwa w: Białymstoku, Bydgoszczy, Katowicach, Łodzi, Olsztynie, Poznaniu, Gdańsku, Warszawie, Szczecinie, Wrocławiu, Opolu i Krakowie.

Członkami Polskiej Izby Turystyki są najważniejsze i największe biura podróży, agencje turystyczne, towarzystwa ubezpieczeniowe, wyższe szkoły turystyczne, znani przewoźnicy, gestorzy bazy noclegowej, atrakcji turystycznych i kulturalnych, korporacje targowe, a także inni przedstawiciele szerokiej reprezentacji branży turystycznej.

PIT reprezentuje interesy gospodarcze zrzeszonych firm, dba o rozwój polskiego przemysłu turystycznego i jego konkurencyjność na rynkach zagranicznych. Celem PIT jest również upowszechnianie nowoczesnych technologii znajdujących zastosowanie w turystyce oraz zasad etyki w działalności biznesowej.

Kontakt:

ul. Krakowskie Przedmieście 64/7
00-322 Warszawa

tel. 22 826 55 36

fax 22 826 55 36

e-mail: pit@pit.org.pl

www.pit.org.pl



Izba Turystyki Rzeczypospolitej Polskiej

Izba Turystyki Rzeczypospolitej Polskiej powstała w 2009 r. Jest organizacją samorządu gospodarczego branży turystycznej. Obecnie zrzesza 667 członków należących do Regionalnych Izb Turystyki w województwach: dolnośląskim, lubelskim, łódzkim, małopolskim, mazowieckim, śląskim, wielkopolskim i zachodniopomorskim. Jej celem jest m. in. inicjowanie i organizowanie działań zapewniających warunki rozwoju gospodarki turystycznej, promocji, rozwoju i modernizacji infrastruktury. ITRP inicjuje i organizuje platformy współdziałania oraz debaty nad problemami gospodarki turystycznej i jej otoczenia, inspiruje i organizuje doskonalenie zawodowe w dziedzinie turystyki a także badania rynku turystycznego. Wykonuje analizy i oceny wdrażania oraz funkcjonowania przepisów prawnych dotyczących działalności gospodarczej w zakresie turystyki. ITRP buduje wspólny prestiż i siłę środowiska biznesu turystycznego, tworzy warunki zrównoważonego rozwoju turystyki w regionach.

Kontakt:

ul. Nowy Świat 57/59 lok.12
00-042 Warszawa
tel./fax 22 828 28 29
e-mail: izba@itrp.pl
www.itrp.pl



Polska Federacja Campingu i Caravaningu

PFCC powstała w 1964 r., działa na zasadzie organizacji non-profit. Jest organizatorem turystyki campingowej w Polsce a także rzecznikiem i popularyzatorem idei rozwoju campingu, caravaningu i motocaravaningu. PFCC prowadzi ewidencję, klasyfikację, rekomendację oraz kontrolę funkcjonowania i wyposażenia campingów w Polsce, krzewi kulturę wypoczynku na campingach z uwzględnieniem poszanowania środowiska naturalnego, ochrony praw i interesów turystów i właścicieli bazy campingowej. Inicjuje budowę jak również modernizację campingów oraz dba o podnoszenie jakości usług. PFCC organizuje krajowe i międzynarodowe zloty campingowe i caravaningowe, współpracuje z organami państwowymi, organizacjami gospodarczymi i społecznymi w kierunku rozwoju turystyki oraz bazy campingowej.

Kontakt:

ul. Grochowska 331
03-823 Warszawa
tel./fax 22 810 60 50
e-mail: biuro@pfcc.eu
www.pfcc.eu



Potencjał regionów



Olsztyn, Zamek Kapituły Warmińskiej

Archiwum WMROT, fot. Witold Mierzejewski

WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE

Leży w północno-wschodniej części kraju. Stolicą województwa jest Olsztyn, do największych miast regionu należą: Elbląg, Ełk, Ostróda, Iława, Giżycko oraz Kętrzyn.



Jezioro Łanskie – perełka ukryta pod Olsztynem

Archiwum WMROT, fot. Witold Mierzejewski

Granica geograficzna pomiędzy Warmią a Mazurami jest właściwie nieuchwytna, zaś ta historyczna znana jedynie nielicznym. Niegdyś krainy te różniła religia, język i architektura - dziś Warmia niewiele różni się od sąsiednich Mazur. Podobny jest polodowcowy krajobraz, równiny, wysokie wzniesienia, pagórki, zagajniki i ogromne kompleksy leśne. Żeglarze, kajakarze i amatorzy windsurfingu zawsze cenili Wielkie Jeziora Mazurskie i znane ośrodki turystyki wodnej ulokowane na ich obrzeżach. Przystanie, porty żeglarskie z odpowiednią infrastrukturą, hotele, pensjonaty, campingi, bogata gastronomia z regionalną kuchnią, sklepy ze sprzętem dla wodniaków i specjalistycznymi informatorami jak magnes przyciągają fascynatów aktywnego wypoczynku i sportów wodnych.

Warmia i Mazury to również region obfitujący w interesujące obiekty architektoniczne i sakralne, zespoły zabytków oraz sporą liczbę stanowisk archeologicznych. Gotycką architekturą obronną reprezentują liczne zamki krzyżackie, biskupie, kapitulne oraz mury obronne. Do dziś zachowało się (w całości lub we fragmentach) około 30 zamków. Najpiękniejszym gotyckim obiektem sa-

kralnym jest katedra we Fromborku, piękne i dobrze zachowane są kościoły m.in. w Dobrym Mieście, Olsztynie, Ornecie, Pieniężnie, Lubawie oraz barokowe kościoły w Świętej Lipce, Stoczku Klasztornym, Krośnie i Chwałęcinie. Aby w pełni doświadczyć bogactwa regionu Warmii i Mazur warto wyjść poza stereotyp, odwiedzać go o różnych porach roku, zboczyć z utartych szlaków, zanurzyć się w mgłach spowijających szuwały, przydrożne krzyże i kapliczki. ⚙

Warmia i Mazury to region bardzo nietypowy – zarówno pod względem przyrodniczym jak i kulturowym.

Frombork – widok z lotu ptaka



Archiwum WMROT, fot. Witold Mierzejewski



Rozlewiska Biebrzy

Archiwum PROT, fot. Jerzy Trojanowski

WOJEWÓDZTWO PODLASKIE

Leży na terenach
północno-wschodniej Polski,
w geograficznym środku Europy.
Stolicą regionu jest Białystok,
przez jego środek
przepływa rzeka Narew.
Inne ciekawe miasta regionu to
Łomża, Augustów, Hajnówka,
Supraśl, Tykocin i Siemiatycze.
Na Podlasiu znajduje się
również najważniejsze
sanktuarium prawosławne
– Święta Góra Grabarka.

W regionie tym od wieków żyją obok siebie Polacy, Białorusini, Litwini, Ukraińcy, Rosjanie, Tatarzy i Żydzi. Ta mozaika narodowościowa była między innymi powodem stworzenia uniwersalnego języka esperanto, którego powstanie zawdzięczamy pochodzącemu z Białegostoku Ludwikowi Zamenhofowi (1859-1917).

Województwo podlaskie słynie z bogatej, nieskażonej przyrody. Jej ostoją są 4 parki narodowe: Białowiecki – najstarszy polski park narodowy wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa Ludzkości szczytujący się dużą populacją żubrów, Biebrzański – największy park narodowy w Polsce – ostoja łosia oraz raj dla ornitologów, Narwiański – nazywany polską Amazonią i Wigierski – zespół jezior stanowiący jeden z najciekawszych krajobrazów naszego kraju.

Poza parków narodowych w województwie podlaskim znajdziemy też trzy interesujące parki krajobrazowe: Łomżyński Park Krajobrazowy Doliny Narwi, Park Krajobrazowy Puszczy Knyszyńskiej – drugi największy park krajobrazowy w Polsce, słynący z 21 rezerwatów przyrody i ponad 600 km szlaków turystycznych, oraz Suwalski Park Krajobrazowy – najstarszy w Polsce, uważany przez przyrodników za najpiękniejszy. Wiele turystycznych emo-

Archiwum PROT, fot. K. Szadłowska



Skansen kurpiowski Nowogród

Podlasie Nadbużańskie to harmonijne połączenie walorów przyrodniczych, krajobrazowych, klimatycznych. Niepowtarzalna odrębność kulturowa łączy się z bogatą gamą zabytków architektury sakralnej i świeckiej.

cji dostarczają spływy kajakowe Kanalem Augustowskim, Czarną Hańczę, Rospudą Biebrzą czy Narwią oraz wycieczki rowerowe po Puszczy Augustowskiej, Knyszyńskiej, Suwalszczyźnie oraz Ziemi Łomżyńskiej. Na obszarze całej Krainy Bugu zostały wytyczone szlaki: piesze, rowerowe oraz przyrodnicze. Trzy zalewy w Siemiatyczach wraz z rzeką Bug to raj dla wędkarzy, miłośników kąpieli, żeglarsstwa oraz spływów kajakowych. ⚙



Żubry w Puszczy Białowieńskiej

Archiwum PROT, fot. Jarosław Koj

WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE

Usytuowane jest
w środkowo-wschodniej Polsce,
przy granicy Unii Europejskiej
z Białorusią i Ukrainą.
Stolicą województwa jest Lublin.
Inne większe miasta regionu to
Zamość, Chełm, Puławy
i Biała Podlaska.

Lubelskie zachwyca bogactwem tradycji i dziedzictwa kulturowego. Jest krainą od stuleci pozostającą na styku kultur Zachodu i Wschodu oraz przenikania się wpływów wieloreligijnej i wielonarodowej historii. Lublin – stolica regionu liczy sobie blisko 700 lat i jest dynamicznie rozwijającym się miastem, przyciągającym wszechstronną ofertą różnorodnych festiwali i wydarzeń artystycznych, odbywających się często w klimatycznej scenerii Starego Miasta. Zabytki architektury nawiązują do tradycji renesansu lubelskiego, na czele z wpisanim na listę UNESCO układem urbanistycznym Zamościa. Urokliwe miasteczka, jak np. Kazimierz Dolny nad Wisłą przyciągają

Lublin, Stare Miasto



Archiwum LROT, fot. Stanisław Turski

pięknymi kamieniczkami, przyjaznym „klimatem” i bogatym życiem artystycznym. O silnych onegdaj tradycjach dworskich regionu przypominają gęsto rozsiane pałace i dwory polskiej arystokracji. Mroczne karty historii Europy dokumentują miejsca pamięci holokaustu na Majdanku, w Bełżcu i w Sobiborze.

Naturalnym bogactwem regionu jest czysta i nieskażona przyroda. Północna część województwa obejmuje równinne tereny Niziny Południowo-Podlaskiej oraz Polesia Lubelskiego, a południe regionu stanowią tereny Wyżyny Lubelskiej i Wołyńskiej oraz Rostocza. Trzecią część województwa stanowią tereny chronione obejmujące 2 parki narodowe – Poleski



Archiwum LROT, fot. Stanisław Turski

Rostocze – rezerwat Czartowe Pole

i Rostoczański, 17 parków krajobrazowych, 83 rezerваты przyrody i 17 obszarów chronionego krajobrazu. Sielski krajobraz tworzy wieś lubelska, gdzie do dziś kultywuje się lokalne tradycje i obrzędy. Organizowanych jest wiele festynów i jarmarków, podczas których zapoznać się można z rękodziełem i twórczością ludową oraz skosztować wspaniałych wyrobów kuchni regionalnej. Przez najciekawsze zakątki regionu lubelskiego prowadzi wiele oznakowanych szlaków turystycznych – pieszych, rowerowych i samochodowych (ponad 3000 km). Region można zwiedzać także w bardziej nietypowy sposób, wybierając spływy kajakowe lub spacerować ścieżkami przyrodniczymi, prowadzącymi często przez obszary chronione.



Lubelskie to idealne miejsce dla osób ciekawych świata i lubiących aktywny wypoczynek. To przestrzeń, gdzie można odzyskać energię i nasycić zmysły bogactwem smaków, dźwięków, zapachów i malowniczych widoków.



Ślāk kajakowy Bug-Krzna

Archiwum LROT

WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE

Leży w południowo-wschodniej części kraju. Od wschodu sąsiaduje z Ukrainą, od południa ze Słowacją, od zachodu z województwem małopolskim zaś od północy z województwami świętokrzyskim i lubelskim.

Stolicą regionu jest Rzeszów, inne większe miasta regionu to Przemyśl, Łańcut i Ustrzyki Dolne.

Podkarpacie jest jednym z najczystszych ekologicznie regionów Polski – bli-

Archiwum PROT, fot. Janusz Górnicki



Cerkiew w Uleczu

Archiwum PROT



Szczególny urok mają Bieszczady – europejska oaza dzikiej przyrody, miejsce w Polsce legendarne, przyciągające rzesze turystów pragnących odpocząć w otoczeniu nieskażonej natury. Jest to kraina w większości rolnicza, zachowująca naturalne piękno, czyste rzeki, potoki i rozległe kompleksy leśne.

sko połowę województwa zajmują obszary objęte różnymi formami ochrony przyrody. Bieszczadzki Park Narodowy znajduje się na liście Światowego Dziedzictwa Kultury i Natury UNESCO. Magurski Park Narodowy obfituje w wiele unikatowych okazów flory i fauny. Często formą rozrywki są wycieczki edukacyjne, safari fotograficzne czy wyprawy przyrodnicze, na których przy odrobinie szczęścia napotkać można przedstawicieli chronionych gatunków: wilka, niedźwiedzia, rysia, żubra i bobra.

Wciąż rosnąca liczba profesjonalnych gospodarstw agroturystycznych oraz wspaniałe warunki naturalne czynią ten region atrakcyjną bazą turystyczną światowej klasy.

Na terenie województwa istnieją bogate źródła wód mineralnych oraz liczne uzdrowiska, takie jak Iwonicz Zdrój, Rymanów Zdrój czy Polańczyk. Jezioro Solińskie – największy sztuczny zalew w Polsce to znakomite miejsce do uprawiania sportów wodnych. Region zachwyca mnogością szlaków turystycznych i tras rowerowych o różnej długości oraz zróżnicowanym poziomie trudności. W Podkarpackim dobrze rozwija się turystyka konna, liczne stadniny oferują lekcje jeździectwa, kursy i wczasy. Wielką atrakcją stanowią niespotykane, drewniane świątynie oraz łacińsko-bizantyjskie pałace i dwory.

Województwo podkarpackie to region unikatowy kulturowo, religijnie, architektonicznie i przyrodniczo.



Pałac w Krasicynie

Archiwum PROT

WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE

Region na południu Polski,
prawie w całości położony
na terenie Wyżyny Małopolskiej,
w lewostronnej części dorzecza Wisły.

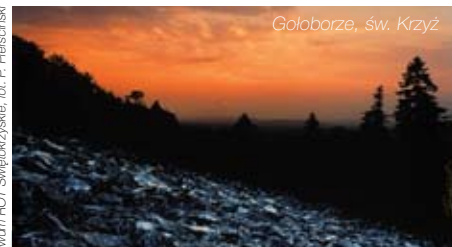
Stolicą województwa są Kielce,
inne ciekawe miasta województwa to
Ostrowiec Świętokrzyski,
Starachowice, Skarżysko-Kamienna,
Sandomierz i Końskie.



Rezerwat Kadzielnia

Archiwum ROT Świętokrzyskie, fot. Krzysztof Penczański

Na szczególną uwagę zasługują Góry Świętokrzyskie, stanowiące turystyczne centrum regionu. Nazwa obszaru pochodzi od relikwii Krzyża Świętego, które przechowywane są w klasztorze pobe-nedyktyńskim na Łysej Górze.



Goloborze, św. Krzyż

Województwo świętokrzyskie

to miejsce niebanalne – zróżnicowany krajobraz, historia przeplatająca się z legendą, zabytki architektury, kultury i pomniki przyrody czynią je krainą magiczną, pełną duchów zamierzchłych czasów.

Region wyróżnia się urozmaiconą budową geologiczną i ukształtowaniem terenu, nietypowymi warunkami klimatycznymi, hydrologicznymi oraz bogactwem flory i fauny. Województwo należy do najczystszych w Polsce – aż 67% jego powierzchni objętych jest prawną ochroną przyrody. Występują tu istotne elementy europejskiej sieci ekologicznej NATURA 2000 oraz programu ECONET.

Archiwum ROT Świętokrzyskie, fot. Krzysztof Penczański



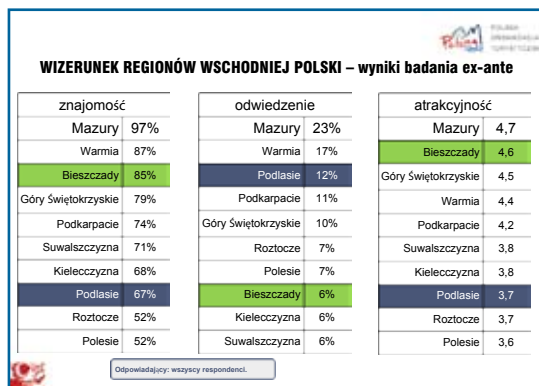
Pasma Jeleniowskie

W Sandomierzu, Kielcach, Pińczowie i Szydłowie można podziwiać cenne zabytki architektury polskiej. Znajdują się tu liczne zamki, pałace i dwory (Ujazd, Kurozwęki, Sobków, Chęciny). Z polskiej skarbnicy kultury i historii czerpać można także w muzeach, izbach pamięci oraz na wystawach.

Staropolski Okręg Przemysłowy szczyci się doskonale zachowanymi zabytkami techniki, natomiast Park Etnograficzny w Tokarni umożliwia kontakt z tradycjami i obrzędami ludowymi. Region posiada bogatą ofertę turystyki aktywnej i uzdrowskiej (Busko i Solec - Zdrój).

Mocnych wrażeń dostarczają imprezy organizowane na lotniskach sportowych w Masłowie i Pińczowie, kuszą ośrodki jazdy konnej i wyciągi narciarskie. Kontakt z piękną i nieskażoną przyrodą zapewniają setki kilometrów szlaków turystycznych, pieszych, rowerowych i wodnych.



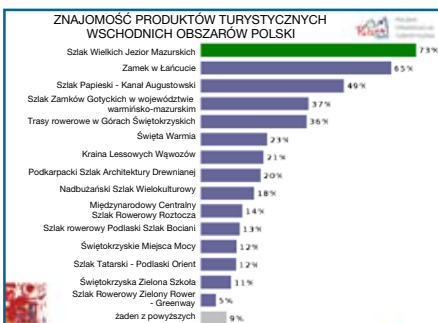


Badanie skuteczności kampanii

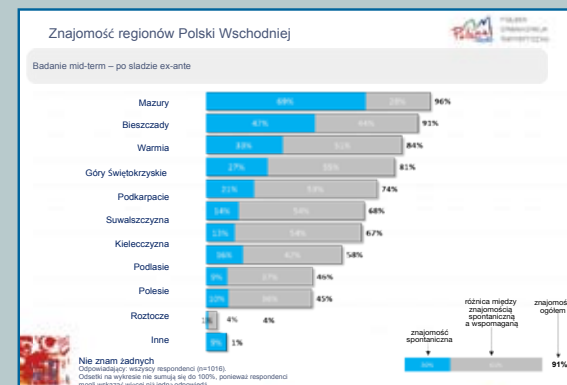
Z badania przeprowadzonego przed rozpoczęciem kampanii promocyjnej walorów turystycznych Polski wschodniej wynika, że jest rozbieżność pomiędzy postrzeganiem (atrakcyjnością) i znajomością obszarów turystycznych makroregionu 5 województw, a faktycznym odwiedzeniem tych obszarów. W kontekście zasadniczych rozbieżności obserwowanych na przykładzie Bieszczad i Podlasia jednym z celów kampanii jest niwelowanie różnic na rzecz zwiększania liczby turystów w tych 5 województwach.

Znajomość atrakcji Polski wschodniej

Makroregion 5 województw w kontekście produktów turystycznych rozpoznawany jest przez pryzmat zarówno sztandarowych jak i unikatowych obiektów. Działania podejmowane w ramach kampanii prowadzone są przy wsparciu Zespołu Konsultacyjnego (Regionalne Organizacje Turystyczne, branża). Celem wspólnych działań jest proporcjonalny rozwój wszystkich 5 regionów. Stanowi to szansę na rozwój stosunkowo nowych produktów turystycznych i pokazanie faktycznego, a nie tylko stereotypowego oblicza Polski Wschodniej.



Podróż w nieznane – „Odkryj Piękny Wschód”



Spośród poszczególnych regionów geograficznych Polski wschodniej wyraźnie zarysowuje się różnica pomiędzy obszarami znanymi i bardzo dobrze rozpoznawalnymi, a tymi, które są ciągle trudno identyfikowalne i mało znane. Hasło uzupełniające kampanii „Odkryj jak to blisko” nie tylko akcentuje aspekt bliskości promowanego obszaru, ale także zachęca do podróży w nieznane.

Zwierzęta górá

Zwierzęta są jednymi z najskuteczniejszych „wytrychów” reklamy. W ogólnym odbiorze budzą wyłącznie pozytywne emocje. W naszej kampanii zwierzęta są ambasadorami miejsc, z których pochodzą. Są to m.in.: łos, żubr, bóbr, łabędź, sowa. Zapraszają one odbiorców reklam do zwiedzania, aktywności fizycznych, do uczestnictwa w różnych imprezach.

W przypadku reklamowania Polski wschodniej użycie zwierząt jest szczególnie uzasadnione, gdyż wielkim atutem tych terenów jest bogactwo zwierzyny i wyjątkowo piękna przyroda.



Skieruj wzrok na Piękny Wschód



Lornetka – główny element graficzny kampanii, stanowi nieodłączną część wyposażenia każdego podróżnika -odkrywcy. Jest łatwym do odcodowania symbolem niewielkiej odległości, jest też odczytywana jako zachęta do działania – przyjazdu i przyjrzenia się regionowi z bliska. Wykorzystanie takiego elementu (tzw. „key visual”) jakim jest lornetka stanowi dobry sposób na natychmiastową, silną rozpoznawalność kampanii.

Na wyciągnięcie dłoni – Odkryj jak to blisko

Takie hasło jest zachętą do ruszenia z miejsca i podjęcia decyzji – „jadę!”.

Komunikuje ważny, podwójny przekaz. Po pierwsze ODKRYJ – bo będziesz zaskoczony co oferuje Polski Wschód. Po drugie JAK TO BLISKO – bo przebogata oferta turystyczna jest na wyciągnięcie ręki. Dostępna nawet na krótki wypad, na weekend i bez dalekich wypraw.





Zapraszam na kajaki,
pyszna rybkę, windsurfing, narty wodne
(nart sam chętnie spróbuję, nigdy nie jadłem).
Jednym słowem zapraszam
na bobre wakacje i bobrą zabawę!

**ODKRYJ
JAK TO BLISKO**

PIĘKNY WSCHÓD

www.pieknywschod.pl

ROZWOJ POLSKI WCHODNIEJ

Projekt współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej na lata 2007 – 2013



Rusz się
na piękny wschód Polski.
Proponuję piękne zabytki,
różne spacerki, pyszne blińy i cepeliny.
Przyjedź, nie leń się! Twój jelen.

**ODKRYJ
JAK TO BLISKO**

PIĘKNY WSCHÓD

www.pieknywschod.pl

ROZWOJ POLSKI WCHODNIEJ

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

UNIA EUROPEJSKA EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej na lata 2007 – 2013



Zobacz:
tu spokojna przystań,
a tam fala imprez.

**SETKI
POMYSŁÓW
NA WEEKEND**

www.pieknywschod.pl

PIĘKNY WSCHÓD

Mikołajki, warmińsko-mazurskie

ROZWOJ POLSKI WCHODNIEJ

Projekt współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej na lata 2007 – 2013

Reklama prasowa

Reklama prasowa to zarówno ogłoszenia, jak i inserty. Każdy etap kampanii uwzględnia odrębne layouty prasowe. Kampania prasowa obejmie 10 reklam i 4 inserty, a także obecność redakcyjną w co najmniej 10 publikacjach prasowych. Do czerwca 2011 r. wykorzystano 36 tytułów prasowych, łącznie 73 emisje.

Nakład sprzedanych tytułów użytych w kampanii przekroczył 20 mln, zasięg 1+ już w pierwszej fazie kampanii przekroczył 80% (dotarcie z przekazem do ponad 15 mln osób z grupy docelowej).

Pierwszy katalog promujący atrakcje turystyczne pięknego wschodu zainstertowano w magazynie „Tele Tydzień”, w nakładzie 1 200 000 egzemplarzy, kolejny w nakładzie 90 000 egzemplarzy w „Polska Wita”.

Następne inserty planowane są w magazynach „Kalejdoscope” i „Traveller”.



W ramach kampanii radiowej przewidziano 10 spotów reklamowych 30" oraz ich skróconych wersji 15".
Przewidziano również obecność redakcyjną w co najmniej 12 audycjach radiowych.
Do czerwca 2011 wykorzystano 227 stacji (ogólnopolskie, lokalne i ponadregionalne), zasięg 1+ pierwszego etapu kampanii wynosił 91%, (dotarcie z przekazem do ponad 17 mln osób).

Od początku projektu w programie 1 Polskiego Radia w audycji „Cztery Pory Roku” wyemitowano 6 audycji poświęconych atrakcjom turystycznym Pięknego Wschodu: „Krasiczyń” – 03.10.2010, „Święty Krzyż” – 09.10.2010, „Puszcza Białowieska” – 16.10.2010, „Park Miniatur” – 23.10.2010, „Nałęczów” – 30.04.2011 oraz o woj. świętokrzyskim – 28.05.2011.

Kolejne 4 zostaną zrealizowane na jesieni 2011 i wiosną 2012.



SOWA

*Uhu hu, wschód Polski robi wrażenie.
Uhu hu, ile tu się można nauczyć!
O historii, o kulturze, a kuchnia – uhu hu.
Mowa! Szczerze polecam, szczerze.
Mądra sowa.
Piękny Wschód Polski
– odkryj jak to blisko...*



WILK

*Auuuuu – użyj życia na pięknym wschodzie Polski.
Powietrze mmmm – najświeższe.
Kuchnia – kuchnia na największy wilczy apetyt.
I od lat absolutny, absolutny brak
Czerwonych Kapturków.
Przekonaj się sam.
Wejdź na www.pieknywschod.pl.
Setki pomysłów na weekend...*



NIEDŹWIEDŹ

*Piękny wschód Polski. Tak, tak
– jesień i zima są tu najpiękniejsze.
Zapraszam na narty, łyżwy i spanie.
Sanie, oczywiście. Wasz misiol.
Piękny Wschód Polski
– odkryj jak to blisko...*



LIS

*Najlepiej wyskoczyć teraz, kiedy pusto,
wiosna i rodzi się wszystko.
Wejdź na www.pieknywschod.pl
i zobacz to z bliska.
Parki, rezerваты, akcja i rekreacja.
Wpadajcie, plis. Zapraszam, Wasz lis.
Setki pomysłów na weekend...*

... www.pieknywschod.pl

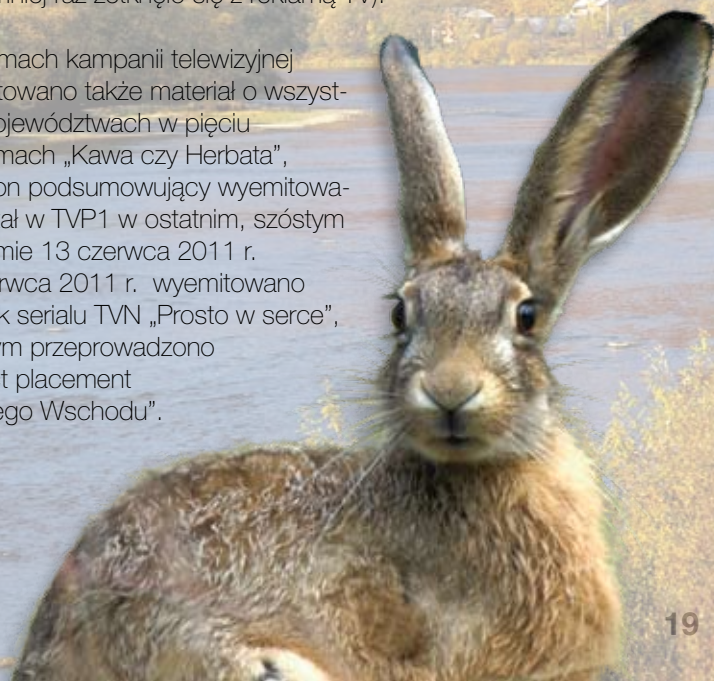
Kampania jest realizowana przez Polską Organizację Turystyczną i współfinansowana ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.



Reklama telewizyjna

W czasie trwania kampanii przewidziano 4 filmy reklamowe 30" oraz ich skrócone wersje 15". W każdym z nich jest pokazane 5 lokalizacji, po jednej z każdego województwa. Od początku kampanii do czerwca 2011 r. wygenerowano ponad 268 mln osobokontaktów z reklamą telewizyjną, zasięg 1+ już w 2010 roku osiągnął 89% (17 mln osób z grupy docelowej co najmniej raz zetknęło się z reklamą TV).

W ramach kampanii telewizyjnej przygotowano także materiał o wszystkich województwach w pięciu programach „Kawa czy Herbata”, a felieton podsumowujący wyemitowany został w TVP1 w ostatnim, szóstym programie 13 czerwca 2011 r. 14 czerwca 2011 r. wyemitowano odcinek serialu TVN „Prosto w serce”, w którym przeprowadzono product placement „Pięknego Wschodu”.



Outdoor

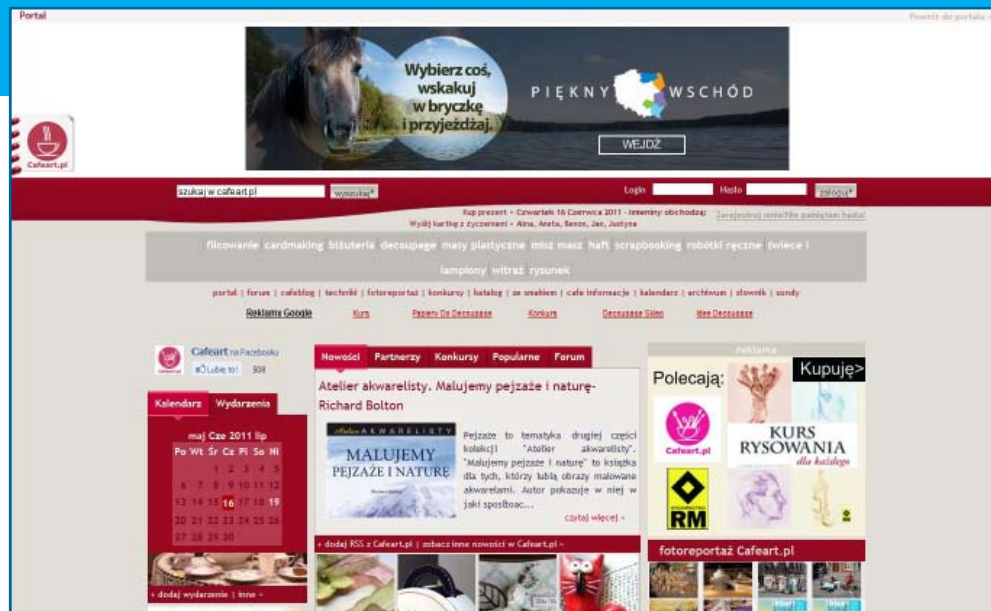


W 206 miastach pięciu województw Polski wschodniej oraz w 100 miastach województw ościennych w ramach kampanii przygotowano 500 tablic reklamowych dedykowanych kampanii, zwracających uwagę na bliskość atrakcji turystycznych z sąsiedztwa. Ogółem w ciągu trwania projektu planuje się wykorzystanie 1080 tablic o wymiarach 1x1 w 20 miastach Polski wschodniej, a w IV kwartale 2011 roku przeprowadzona będzie kampania w oparciu o wielkoformatowe nośniki o wymiarach 6x3 w ilości 900 tablic w miastach poza województwami objętymi kampanią „Piękny Wschód”.



Reklama w internecie

Wszystkim etapom projektu towarzyszyła kampania odslonowa w internecie. Zaplanowano 15 reklam. Do lipca 2011 r. zostało wyemitowanych ponad 6 000 000 000 odsłon reklam internetowych. Główne portale użyte w kampanii odslonowej to: *onet.pl*, *interia.pl*, sieć internetowa *at.net*, *fotka.pl*, *nasza-klasa.pl*, *wyszukiwarka google.pl*.



II Europejski Festiwal Smaku w Lublinie



W dniach 10-12 września 2010 r. w Lublinie odbywał się II Europejski Festiwal Smaku. Miejscem Festiwalu był lubelski Rynek Starego Miasta, staromiejskie ulice oraz Plac Po Farze. Patronat nad Festiwalem objęła Polska Organizacja Turystyczna. Festiwal poprzedziła konferencja prasowa.

Celem imprezy była przede wszystkim prezentacja i popularyzacja regionalnych polskich i europejskich przysmaków produkowanych wyłącznie w oparciu o oryginalne, unikalne receptury oraz promocja tradycyjnej kuchni i wysokiej jakości produktów spożywczych.



„EFS-K2” – Karol Zienkiewicz/Isfoto.pl



„EFS-K2” – Karol Zienkiewicz/Isfoto.pl

Prezentacja kampanii

VI Podlaskie Targi Turystyczne w Białymstoku

W dniach 18-20 marca 2011 r. odbyły się VI Podlaskie Targi Turystyczne w Białymstoku. Pod jednym szyldem „Piękny Wschód – Odkryj jak to blisko” prezentowały się regiony biorące udział w kampanii prowadzonej przez Polską Organizję Turystyczną.



18 marca zorganizowano konkurs dla odwiedzających „Odkryj Piękny Wschód Balonem” w którym nagrodą główną był bilet na lot balonem dla dwóch osób. Konkurs cieszył się ogromnym powodzeniem, podobnie jak prezentacje filmów promujących atrakcje turystyczne pięknego wschodu. Podczas targów przeprowadzono kolportaż 9 500 egz. publikacji „Odkryj najlepsze strony Pięknego Wschodu Polski”.



Jarmark uliczny „Magiczny Weekend w Kielcach”

W dniach 25-26.06.2011 r.
odbył się jarmark uliczny
związany ze Świętem Kielc.
Impreza została wypromowana
pod hasłem „**Magiczny
Weekend w Kielcach**”.



W dniach 25-26.06.2011 r.
na Rynku w Kielcach zorganizowano
stoisko „*Pięknego Wschodu*”,
obsługiwane przez hostessy ubrane
w koszulki promujące kampanię.

Pierwszego dnia imprezy na telebimie
umieszczonym na Rynku emitowano
30-sekundowe spoty reklamowe,
odbywały się pokazy dziesięciu konkur-
sowych viralów i trzech odcinków serialu
„Polska jakiej nie znacie”.

Przeprowadzono także kampanię
w dzienniku „*Echo Dnia*”, zapraszającą
na Magiczny Weekend w Kielcach,
ekspozycję 300 plakatów i banera.

Na stoisku i przed wejściem na
kielecką Kadzielnę rozdyskrebowano
łącznie 15 000 egzemplarzy publikacji
informującej o atrakcjach turystycznych
„Pięknego Wschodu”. ⚙





W terminie 28-31.07.2011
w ramach kampanii
„Piękny Wschód” zorganizowano
raid rowerowy, bezpłatny
dla wszystkich uczestników.

Na raid można było
zapisywać się bezpośrednio
przez stronę internetową
www.pieknywschod.pl.

Raid Rowerowy wokół Ustrzyk Dolnych

W rajdzie wzięło udział 120 osób.
W dniu przyjazdu uczestników, 28 lipca,
na terenie ośrodka Olimp odbyła
się impreza powitalna z ogniskiem
i występem zespołu WATRA.
W programie rajdu zaplanowano
i zrealizowano dwa przejazdy (około
30 km dziennie) z doświadczonym
przewodnikiem. Pierwsza trasa wiodła
szlakiem drewnianych cerkwi (Ustrzyki
Dolne, Równia, Hoszowczyk, Hoszów,



Jałowe, Bandrów, Krościenko,
Ustrzyki Dolne), a druga – szlakiem
podkarpackiej ropy naftowej
„Ekomuzeum Hołe” (Ustrzyki Dolne,
Brzegi Dolne, Łodyna, Brelików,
Ropienka, Wańkowa, Serednica,
Dźwiniacz Dolny).

W programie były również inne
atrakcje: koncert zespołu „WIDYMO”,
pieczenie chleba w piecu chlebowym
wraz z degustacją w gospodarstwie
agroturystycznym „U Flika”, sesja
zdjęciowa w towarzystwie żołnierzy
polskich i radzieckich z grupy
Rekonstrukcyjnej „San”, przekraczanie
dawnej granicy polsko-radzieckiej,
Karpacki Jarmark Turystyczny
oraz wycieczka autokarowa do Soliny. ⚙

INNE DZIAŁANIA

Ambient marketing



We wszystkie weekendy czerwca i lipca 2011 r. w 10 miastach Polski (Kielcach, Katowicach, Gdańsku, Krakowie, Wrocławiu, Poznaniu, Warszawie, Łodzi, Szczecinie, Rzeszowie) zainstalowano ekrany reklamowe przy skrzyżowaniach ze światłami. Prowadzona była również akcja dystrybucji materiałów reklamowych.

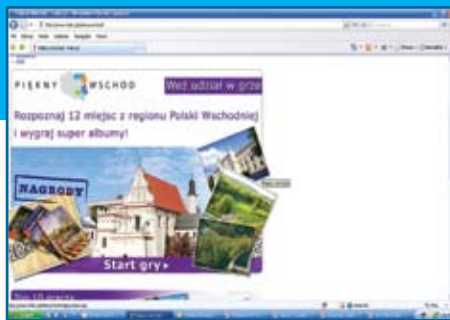
Inne przykłady wykorzystanego w kampanii ambient marketingu to tekturowe zwierzęta naturalnych rozmiarów, balon (Targi w Białymstoku) oraz gadżety reklamowe w postaci koszulek i czapeczek (Rajd wokół Ustrzyk Dolnych), a także projekcja filmów na telebimach podczas imprez promocyjnych.



Wizyty studyjne

W ramach kampanii przewidziano organizację 8 podróży dla dziennikarzy. Do czerwca 2011 r. zrealizowano 5 wizyt studyjnych – w Białowieży, Lublinie, Sandomierzu, a także po woj. świętokrzyskim i warmińsko-mazurskim.

Prezentacja kampanii



Gra internetowa

Na portalach AxelSpringer i Facebook ukazała się gra internetowa typu „fotozagadka”. Trwała od 30 maja do 6 czerwca 2011 r. Nagrodą w grze był przewodnik po Polsce.

- w czasie emisji liczba odsłon gry wyniosła 10 637
- 954 użytkowników zapisało swój wynik i adres internetowy



Konkurs prasowy

W miesięczniku Forbes ogłoszony został dwukrotnie konkurs prasowy. Pierwsza emisja ukazała się 30 czerwca, kolejna 28 lipca 2011 r. Nagrodą w konkursie był Przewodnik po Polsce.

KONKURS „Piękny Wschód”

W konkursie do wygrania 5 przewodników „Polska: 100 najciekawszych wycieczek” wydanych przez wydawnictwo Ringier Axel Springer Polska. Aby wziąć udział w konkursie należy wysłać sms-a na numer 72150 z prawidłową odpowiedzią na pytanie (koszt sms-a wynosi 2 zł + 23% VAT czyli 2,46 zł)

Park Jurajski znajduje się w:

- a) - Bałtowie
- b) - Sobkowie
- c) - Chęcinach

Jeżeli wybierasz odp. B wyślij SMS-a: RF18, imię, nazwisko, numer kodu, ulicę, numer domu i mieszkania lub jeżeli wybierasz odp. A wyślij SMS-a: RF5, imię, nazwisko, numer kodu, miasto, ulicę, numer domu i mieszkania. Nagrody wygra osoby, które odeśle prawidłową odpowiedź najbliżej lub o „równy” godzinie np. najbliżej 12:00 lub 13:00. Na SMS-y czekamy w dniu 27.05. w godzinach 8:00 – 18:00. Laureaci zostaną poinformowani o wygranej SMS-em.

Regulamin konkursu dostępny jest w siedzibie Ringier Axel Springer Polska a także na stronie www.pieknywschod.pl. Fundatorem nagród jest Polska Organizacja Turystyczna.

RÓŻWOJ POLSKI WCHODNIEJ
Współpraca z Fundacją

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

URZĄD EUROPEJSKI
TURYSTYKA I KULTURA
WSPÓŁPRACA I WYKONANIE

PROJEKT WSPÓŁFINANSOWANY Z EUROPEJSKIEGO FUNDUSZU ROZWOJU REGIONALNEGO W RAMACH PROGRAMU OPERACYJNEGO ROZWOJ POLSKO WSCHODNIEJ NA LATA 2007-2013

Virale

W ramach zadań realizowanych w projekcie przeprowadzono konkurs z portalem MillionYou. Konkurs pod hasłem: „POLSKA JAKIEJ NIE ZNA-CIE” rozpoczął się 2 sierpnia 2010 r.

Internauci mieli czas na nadsyłanie filmów do 7 października 2010 r. Zadaniem uczestników konkursu było nakręcenie filmu zachęcającego do odkrywania wschodniej Polski.

Konwencja i fabuła filmu były dowolne.

Nominację otrzymało 10 filmów. Ich autorzy otrzymali nagrody pieniężne.

Do lipca 2011 r. filmy viralowe obejrzano w internecie ponad 41.000 razy.



Publikacje

W ramach realizowanych zadań ukazały się dwie publikacje. Pierwsza opisywała Warmię, Podlasie, Polesie, Kielecczynę i Bieszczady, druga – Mazury, Suwalszczyznę, Roztocze, Góry Świętokrzyskie i Podkarpacie.



- łączny nakład publikacji wyniósł 50 000 egzemplarzy
- dla każdego etapu zrealizowano 3 wersje obcojęzyczne publikacji (angielska, niemiecka, ukraińska) w łącznym nakładzie 6 250 egzemplarzy
- w całym projekcie przewidziano publikację 12 500 egzemplarzy wersji 2-języcznych



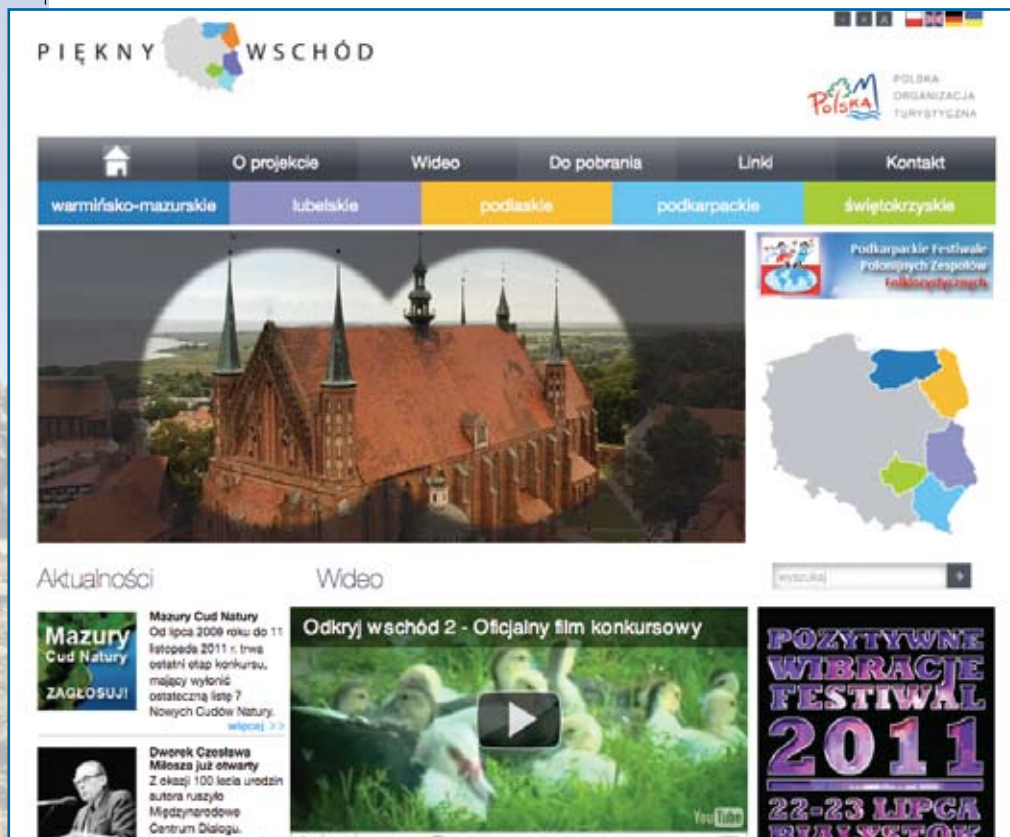
Serial internetowy

Podróżniczy serial internetowy, to 20 odcinków odkrywających kolejne atrakcje pięknego wschodu. Daro, charyzmatyczny prezenter stacji MTV, znany ze swojej dynamicznej osobowości, uzbrojony w aparat fotograficzny i małą kieszonkową kamerkę, wyrusza w podróż po wschodniej Polsce, by poznać nowe miejsca, smaki, ludzi. Podróż odbywa się TRIP-BUSEM, w którym DARO w towarzystwie ekipy TV przemieszcza się z miejsca na miejsce. Popycha go ciekawość świata, chęć poznania specyfiki danego regionu i pokazania ludziom jak ciekawe miejsca można zobaczyć w Polsce.

- od początku kampanii do lipca 2011 r. pierwsze 5 odcinków serialu zostało obejrzane ponad 18 000 razy

Strona internetowa

Strona www.pieknywschod.pl to baza informacji o miejscach szczególnie pięknych i wartych zobaczenia, które kryją się na pięknym wschodzie Polski. Baza obejmuje pięć województw: warmińsko-mazurskie, podlaskie, lubelskie, świętokrzyskie i podkarpackie. Dostępna jest w czterech wersjach językowych: polskiej, angielskiej, ukraińskiej i niemieckiej.



Ponad 260 tysięcy unikalnych użytkowników wygenerowało ponad 580 mln odsłon strony.

dane: czerwiec 2011



W poszczególnych etapach kampanii serwis był rozbudowywany i poszerzany o kolejne funkcjonalności. Obecnie można na nim znaleźć szeroką bazę atrakcji turystycznych podzielonych na 5 kategorii: „zabytki, muzea”, „przyroda”, „rozrywka”, „zdrowie i uroda”, „aktywnie”. Uzupełnienie bazy atrakcji turystycznych stanowi skategoryzowana baza noclegowa oraz praktyczny e-przewodnik po województwach. Zarówno baza atrakcji jak i noclegów każdego z pięciu województw jest ciągle poszerzana o nowe rekordy.



Turyści planujący wyjazd na „Piękny Wschód” mogą również zapoznać się z kalendarzem imprez planowanych w poszczególnych województwach, które mogą dodatkowo uroznać ich pobyt. Serwis daje możliwości interakcji z odwiedzającymi go internautami, którzy mogą na nim umieszczać własne zdjęcia z wakacji spędzonych na „Pięknym Wschodzie” i oceniać atrakcje turystyczne umieszczone w bazie oraz wpływać tym samym na ich miejsce w rankingu atrakcyjności.



Istnieje też możliwość oglądania i komentowania filmów i viral video używanych w kampanii „Piękny Wschód” oraz kampanii realizowanych przez każde z pięciu województw.

Na stronie można również przeczytać informacje o projekcie, zobaczyć i posłuchać spotów reklamowych a także obejrzeć serial internetowy przybliżający w interesujący sposób piękne miejsca na wchodzie Polski.



Z najnowszego raportu Polskiej Organizacji Turystycznej na temat badań dotyczących kampanii „Piękny Wschód” wynika, że z pięciu województw Polski wschodniej Polacy najchętniej podróżują na Mazury i w Bieszczady, wśród turystów z Niemiec najbardziej rozpoznawalne są Mazury, zaś turyści z Ukrainy wybierają Polesie i Podkarpacie.

Raport powstał w oparciu o badanie przeprowadzone po pierwszym roku realizacji kampanii. Zbadano w nim ponad 1000 respondentów. 26% respondentów uznało wschodnie regiony Polski za odpowiednie miejsce na wyjazdy wakacyjne, a ponad 13% badanych wskazało Polskę wschodnią jako region atrakcyjny na wyjazdy zimowe. Prawie 40% pytanym Polaków stwierdziło, że częściej rozważać

będzie województwa wschodnie jako miejsce swojego potencjalnego wypoczynku. W rankingu najpopularniejszych regionów zdecydowanie zwyciężyły Mazury oraz Bieszczady. Warmię i Mazury respondenci kojarzą przede wszystkim z bogactwem jezior, zaś Podlasie z lasami, grzybami i owocami leśnymi. Podkarpacie i Świętokrzyskie najczęściej łączone są z górami i wyżynami. W dalszym ciągu mało rozpoznawalne są Polesie i Roztocze. Turyści podkreślali, że we wszystkich regionach objętych kampanią „Piękny Wschód” stan infrastruktury drogowej ciągle wymaga udoskonalenia. Swoje postrzeganie wizerunku regionów Polski wschodniej respondenci najczęściej określają przymiotnikami: „piękny” (29%) i „ciekawy” (25%). W dalszej kolejności wskazywano na określenia: „bezpieczny” (17%) oraz „biedny” (15%).

Prawie połowa ankietowanych zgadzała się ze stwierdzeniem, iż działań promocyjnych, takich jak kampania „Piękny Wschód”, powinno być zdecydowanie więcej. Respondenci przyznali, że dzie-

ki tej kampanii, pokazującej piękne, lecz często nieznane czy też zapomniane miejsca, chętnie odwiedzą regiony Polski wschodniej.

Polska wschodnia w oczach Niemców jest raczej umiarkowanym atrakcyjnym turystycznie obszarem, nieznanym i nienowoczesnym. Odmienną, bardziej pozytywną opinię prezentują turyści ukraińscy. Polska wschodnia według nich jest regionem wartym zobaczenia, bezpiecznym, cywilizowanym i znanym. Dla turystów z obu sąsiednich krajów tereny Polski wschodniej jawią się jako piękne, bogate w walory naturalne i zabijki, serwujące dobrą kuchnię, przyjazne i życzliwe.

Polacy pozytywnie ocenili projekt kampanii „Piękny Wschód”. Spoty telewizyjne i radiowe a także kampania internetowa uznane zostały za interesujące i atrakcyjne. Dzięki szeroko zakrojonym działaniom promocyjnym (trwającym do lipca 2011 r.) każdy Polak będzie mógł sam przekonać się jak autentycznie piękny jest wschód Polski... 

