

Polska Organizacja Turystyczna promuje Polskę za granicą. Rusza kampania „POLAND. More than you expected”

Atrakcyjna, wielowymiarowa i pełna inspirujących doświadczeń. Taką Polskę pokazuje światu Polska Organizacja Turystyczna w międzynarodowej kampanii wizerunkowej, w której udział wzięli m.in. Robert Lewandowski i Jesse Eisenberg.

Działania promocyjne, z wykorzystaniem trzech atrakcyjnych spotów wideo, będą prowadzone na kluczowych rynkach europejskich: w Niemczech, Hiszpanii, Włoszech, Wielkiej Brytanii, a także w Stanach Zjednoczonych.

*„Kampania została zrealizowana z rozmachem, jakiego do tej pory jeszcze nie było w tego typu przedsięwzięciach. Gwiazdy, które w niej uczestniczą z ogromnym entuzjazmem podeszły do tego pomysłu. W pięciu krajach pokażemy Polskę jako kraj piękny, bezpieczny i taki, który ma do zaoferowania znacznie więcej, niż można się spodziewać. Myślę, że ta kampania będzie dla odbiorców równie zaskakująca, jak sama Polska okazuje się dla turystów, którzy przyjeżdżają do nas po raz pierwszy” – mówi **Magdalena Krucz, prezes Polskiej Organizacji Turystycznej.***

Kampania powstała w odpowiedzi na jedno z głównych wyzwań wizerunkowych naszego kraju. Badania pokazują, że osoby, które odwiedziły Polskę, oceniają ją znacznie lepiej niż to wynikało z ich wcześniejszych wyobrażeń lub przekazów medialnych. To właśnie doświadczenie pozytywnego zaskoczenia stało się punktem wyjścia dla hasła „POLAND. More than you expected”, czyli „Polska. Więcej niż myślisz”.

Ambasadorzy wzmacniają międzynarodowy przekaz kampanii

Ważnym elementem kampanii są ambasadorzy, których międzynarodowa rozpoznawalność i pozytywne skojarzenia wspierają promocję Polski na rynkach zagranicznych. Ich obecność zwiększa zasięg komunikacji, przyciąga uwagę nowych grup odbiorców i wzmacnia wizerunek Polski jako kraju kreatywnych, otwartych i gościnnych ludzi. W gronie ambasadorów kampanii znaleźli się silnie kojarzeni z Polską przedstawiciele kultury, życia publicznego i sportu, jak **Robert Lewandowski**, globalna ikona futbolu.

*„Sport jest jednym z najbardziej uniwersalnych języków świata, a Robert Lewandowski najlepszym przykładem tego, jak sport może budować markę kraju. Chcemy wykorzystać ten potencjał, by pokazać Polskę, która wymyka się stereotypom: nowoczesną, bezpieczną, różnorodną i autentyczną. Kampania „POLAND. More than you expected” jest zaproszeniem do osobistego odkrycia kraju, który oferuje znacznie więcej, niż podpowiadają utrwalone wyobrażenia” – mówi **minister sportu i turystyki Jakub Rutnicki.***

Do odkrywania Polski zaprasza również dwukrotnie nominowany do Oscarów **Jesse Eisenberg**, hollywoodzki aktor, reżyser i scenarzysta o polskich korzeniach, który swoją twórczością pokazuje nasz kraj w wyjątkowy, osobisty sposób.

Symboliczny wymiar obecności Polski wzmacnia **Lech Wałęsa**, którego nazwisko pozostaje jednym z najlepiej rozpoznawalnych na świecie znaków walki o wolność i demokrację.

Polską kulturę popularną reprezentuje **Maryla Rodowicz**, od dekad pozostająca jedną z jej ikon, silnie obecną w zbiorowej wyobraźni i kojarzoną z polską muzyką przez kolejne pokolenia.

Modelka **Anja Rubik** wzmacnia nowoczesny i kosmopolityczny wizerunek Polski. Należy do najbardziej rozpoznawalnych Polek na świecie, a jej wieloletnia obecność w globalnych projektach i mediach wzmacnia wizerunek naszego kraju jako miejsca ludzi kreatywnych i otwartych na świat.

Perspektywę młodego pokolenia wnosi z kolei **Nikodem Rozbicki**, aktor należący do najbardziej rozpoznawalnych twarzy współczesnego polskiego kina i reprezentujący nowoczesny, dynamiczny wizerunek Polski.

Za muzyczną tożsamość kampanii odpowiada **Jimek**, czyli Radzymir Dębski, który jako kompozytor i dyrygent z łatwością przetłumaczy granice gatunków.

Nowoczesna komunikacja dla współczesnych podróżnych

Kampania została zaprojektowana z myślą o odbiorcach, którzy inspiracji podróżniczych coraz częściej szukają w dynamicznych i atrakcyjnych wizualnie treściach internetowych. Dlatego oprócz 30-sekundowych spotów powstały także krótsze wersje materiałów dostosowane do platform takich jak TikTok, YouTube, Instagram czy Facebook. Pokazanie Polski w dynamicznej i niebanalnej formie ma przyciągnąć uwagę turystów i zachęcić do przyjazdu do naszego kraju.

Kampania jest realizowana na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki.