

Samorząd województwa promuje turystykę na podlaskich terenach przygranicznych

- Chodzi o to, żeby w tych miejscach, które z powodu sytuacji na granicy polsko-białoruskiej ucierpiały turystycznie, jak najszybciej wróciła tzw. normalność, żeby wrócili tam turyści - mówił marszałek Artur Kosicki podczas konferencji prasowej, poświęconej działaniom promocyjnym podlaskich terenów przygranicznych. Spotkanie odbyło się w poniedziałek, 8 sierpnia w Operze i Filharmonii Podlaskiej.

Decyzję o rozpoczęciu szeroko zakrojonej kampanii zarząd województwa i radni podjęli podczas sesji sejmiku pod koniec czerwca br. Już wówczas wiadomo było, że od 1 lipca zostanie zniesiony zakaz przebywania w 115 miejscowościach województwa podlaskiego. Znaczna część z nich to miejsca, gdzie do tej pory nieźle rozwijała się branża turystyczna. Kryzys graniczny zmienił tę sytuację, a turyści obawiali się wakacji w Podlaskiem.

Jak mówił marszałek, potrzebna była bardzo szybka i zdecydowana reakcja, aby jak najprędzej przywrócić w tych miejscowościach ruch turystyczny. Kampania rozpoczęła się z początkiem lipca i trwała ponad miesiąc.

Facebook i Youtube

Jednym z takich działań jest kampania „Wszystko przed Tobą” w serwisie Facebook, która pokazuje najpiękniejsze miejsca i najciekawsze wydarzenia w regionie.

– To Noc Kupały w Dubiczach Cerkiewnych, Białowieża, Kruszyniany, Bohoniki, Kanał Augustowski i wiele innych – wymieniał marszałek.

Z kolei w serwisie YouTube przez cały lipiec prezentowany był cykl audycji „Zasilani”. O turystycznych atrakcjach czekających w miejscowościach przygranicznych i w ogóle naszego województwa opowiadali dziennikarka Magdalena Gołaszewska oraz naukowiec i odkrywca Petros Psyllos.

– Były ciekawostki, spotkania z interesującymi ludźmi, a przede wszystkim zachęta do odwiedzin – mówił Artur Kosicki i dodał, że pierwszy odcinek miał około 100 tys. wyświetleń. – To nas cieszy tym bardziej, że są to wyświetlenia użytkowników spoza naszego regionu. To świadczy o zainteresowaniu i z pewnością przełoży się na liczbę odwiedzających nasz region.

Cykl „Zasilani” jest dostępny w serwisie YouTube. Co tydzień prezentowane są kolejne odcinki.

Świat jak z baśni

Obok kampanii internetowej w lipcu, Podlaskie było mocno obecne także w telewizji. Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna (PROT) we współpracy z urzędem marszałkowskim przygotowała spot „Świat jak z baśni”. Reklama, w której o urokach Podlaskiego opowiada Krystyna Czubówna była wyświetlana praktycznie we wszystkich

kanalach telewizji publicznej.

– Tam też przede wszystkim nastawiliśmy się na promocję terenów przygranicznych. Puszcza Białowieska czy Kanał Augustowski to są te miejsca, które najbardziej przyciągają turystów – zaznaczył marszałek.

Natomiast dyrektor PROT Sławomir Kieda podkreślał, że „Świat jak z baśni” pojawiał się w bardzo dobrym czasie antenowym, pomiędzy filmami i programami skierowanymi do szerokiego spectrum odbiorców.

Spot był również wyświetlany w pociągach PKP Intercity.

– W ciągu miesiąca reklama została wyświetlona około 40 mln razy – informował Artur Kosicki.

Letnia trasa Dwójki

Promocja Podlaskiego odbywała się też w popularnym programie telewizyjnym „Pytanie na Śniadanie”. Widzowie zobaczyli m.in. relacje z Białowieży, Mielnika, Krynek, a także znad Kanału Augustowskiego.

Samorząd województwa był również partnerem dwóch tegorocznych przystanków „Letniej trasy Dwójki” w Augustowie i Łomży. Pierwszy z nich obejrzało średnio 1,6 mln widzów, natomiast drugi rekordowe 2,5 mln.

Artur Kosicki podkreślał, że część działań promocyjnych była skierowana nie tylko do mieszkańców Polski.

– Chcemy dotrzeć też do osób spoza naszego kraju. Jako zarząd województwa pragniemy zrobić wszystko, żeby te tereny wróciły do tej normalności, chociaż wiemy, że to nie jest łatwe, ale to jest cena, którą musimy zapłacić za decyzje dotyczące naszego bezpieczeństwa, a ono jest nadrzędne – zaznaczył.

Marszałek poinformował, że wszystkie działania promocyjne są finansowane z budżetu województwa podlaskiego.

Podlaskie jest również widoczne podczas ogólnopolskiej kampanii billboardowej. To akcja prowadzona przez Polską Organizację Turystyczną we współpracy z Podlaską Regionalną Organizacją Turystyczną. Część z ponad 150 tablic billboardowych została poświęcona właśnie województwu podlaskiemu. Są one umiejscowione w największych polskich miastach m.in. Warszawie, Trójmieście, Krakowie, Wrocławiu.

Aneta Kursa

red.: Małgorzata Sawicka

fot.: Mateusz Duchnowski



