

# Atrakcyjność turystyczna województwa świętokrzyskiego

Raport opracowany dla:



Warszawa, 31.08.2015

# Cele badania

- Zbadanie efektywności kampanii promocyjno – reklamowej prowadzonej dla województwa świętokrzyskiego od 2009 roku.
- Ocena poszczególnych wydarzeń i elementów kampanii (np. reklam telewizyjnych, materiałów drukowanych, wydarzeń)
- Poznanie zwyczajów związanych z turystyką weekendową – motywy, sposób podejmowania decyzji, planowanie i poszukiwanie informacji.

# Metodologia

## Część ilościowa:

badanie na N=1014 osobowej reprezentatywnej próbie mieszkańców kraju w wieku 18-64 lata którzy są aktywni turystycznie tj. wyjechali na przynajmniej krótki jeden wyjazd turystyczny w ciągu ostatnich 2 lat.

Czas realizacji: sierpień 2015

Technika badania: wspomagany komputerowo wywiad kwestionariuszowy (CAWI).

## Część jakościowa:

3 dyskusje grupowe (7 respondentów na każdym spotkaniu).

Czas realizacji: sierpień 2015

| Warszawa<br>13.08.2015    | Katowice<br>14.08.2015    | Lublin<br>19.08.2015      |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| osoby w wieku 25 – 35 lat | osoby w wieku 36 – 45 lat | osoby w wieku 36 – 45 lat |

- kobiety oraz mężczyźni (mix)
- w wieku 25-45 lat (25-35, 36-45)
- o zróżnicowanym poziomie wykształcenia (średnie lub wyższe)
- zainteresowani wyjazdami rodzinnymi (weekendowymi, wakacyjnymi) w Polsce (rodzina= rodzic/rodzice oraz ewentualnie dzieci)- jeżdżą na takie wyjazdy przynajmniej raz na rok
- decydujące lub współdecydujące o miejscu wyjazdu weekendowego lub wakacyjnego



# WYNIKI BADANIA ILOŚCIOWEGO

# Popularność turystyczna regionów Polski

Q2. Do których z poniższych województw wyjeżdżał(a) Pan(i) na weekend w ciągu ostatnich dwóch lat?



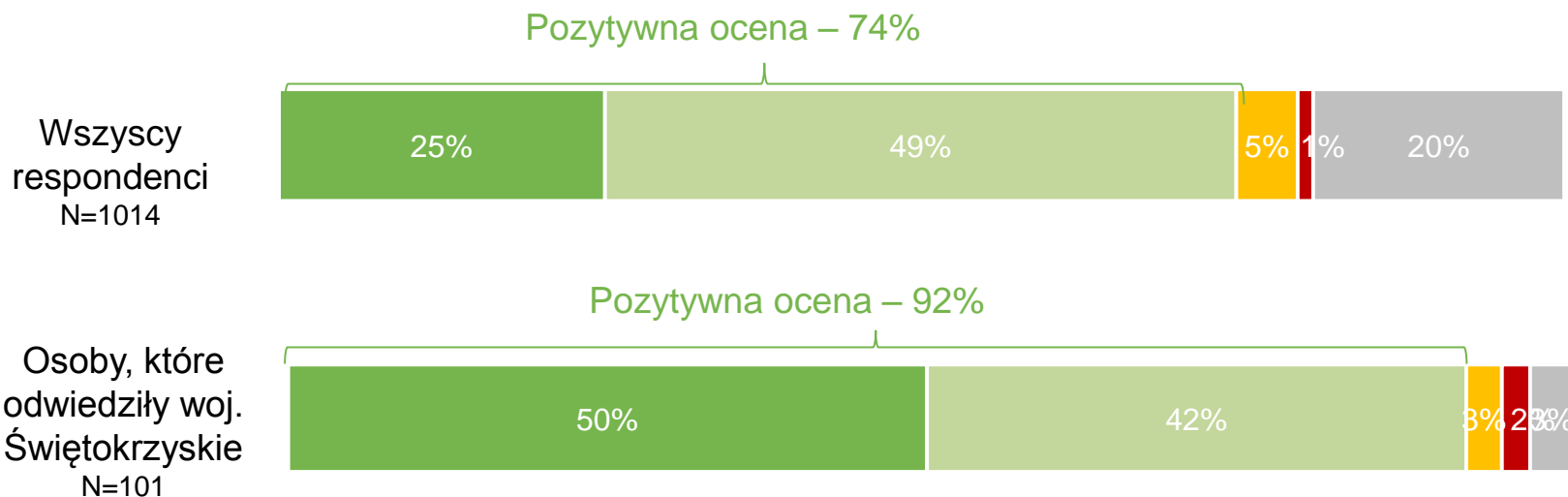
Zwyczaje Polaków w zakresie turystyki na terenie Polski nie uległy większym zmianom w ciągu ostatnich 4 lat.

Regiony nadmorskie (Pomorskie oraz Zachodnio-Pomorskie) oraz Małopolska to najczęściej wybierane na wyjazdy weekendowe rejony Polski. **Województwo Świętokrzyskie w ciągu ostatnich 2 lat odwiedził 1 na 10 badanych.**

# Województwo Świętokrzyskie jako region turystyczny

Q7. Jak ogólnie Pan(i) ocenia atrakcje turystyczne dostępne w województwie świętokrzyskim?

- zdecydowanie podobają mi się
- raczej podobają mi się
- raczej nie podobają mi się
- zdecydowanie nie podobają mi się
- nie wiem/trudno powiedzieć



## Ocena atrakcji turystycznych oferowanych przez Województwo

**Świętokrzyskie jest bardzo pozytywna.** Dobrze oceniają je wszyscy respondenci - 74% ocen „podobają mi się”, ale szczególnie pozytywnie odnoszą się te osoby, które odwiedziły województwo Świętokrzyskie w celach turystycznych w ciągu ostatnich 2 lat (94%).

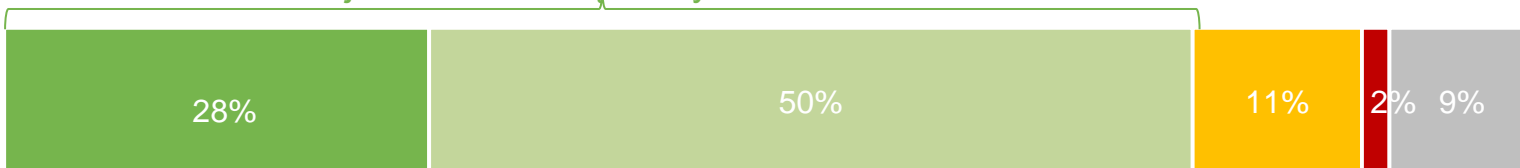
1 na 5 spośród wszystkich badanych nie miał na ten temat opinii, co najprawdopodobniej wynika z braku wiedzy na temat dostępnych w województwie Świętokrzyskim atrakcji.

# Potencjał województwa Świętokrzyskiego jako regionu turystycznego

Q4. Czy wziął(ę)by Pan(i) pod uwagę województwo Świętokrzyskie, jako miejsce w które można pojechać na weekend?

■ zdecydowanie tak   ■ raczej tak   ■ raczej nie   ■ zdecydowanie nie   ■ nie wiem/trudno powiedzieć

Respondenci którzy wzięliby pod uwagę  
Województwo Świętokrzyskie – 78%



Ponad 3/4 badanych wzięłoby pod uwagę województwo Świętokrzyskie jako cel wyjazdu weekendowego, w tym co czwarty zdecydowanie wzięłoby je pod uwagę. Jest to znaczna, bardzo pozytywna zmiana nastawienia w stosunku do wyników z przed czterech lat – zdecydowanie zmalał odsetek osób odrzucających taką możliwość.

Częściej niż ogół respondentów pozytywne nastawienie do krótkich wyjazdów weekendowych do województwa Świętokrzyskiego okazywały osoby w wieku 45-59 lat.

# Drivery i bariery do odwiedzenia województwa Świętokrzyskiego 1/2

Q4a. Dlaczego bierze Pan(i) pod uwagę województwo świętokrzyskie jako miejsce krótkiego wypoczynku?



Podstawa procentowania: Osoby które rozważają województwo świętokrzyskie jako miejsce wyjazdu weekendowego N=791.

Q4b. Dlaczego nie bierze Pan(i) pod uwagę województwa świętokrzyskiego jako miejsca krótkiego wypoczynku?



Podstawa procentowania: Osoby które nie rozważają województwa świętokrzyskiego jako miejsca wyjazdu weekendowego N=132.



# Drivery i bariery do odwiedzenia województwa Świętokrzyskiego 2/2

**Góry Świętokrzyskie oraz piękno krajobrazu to najsilniejsze motywy** do odwiedzenia województwa Świętokrzyskiego – spontanicznie wspomniało o nich 3/5 badanych.

Do często wymienianych powodów dla których respondenci rozważają wyjazd do województwa Świętokrzyskiego należy również **wielość dostępnych tam zabytków** oraz **ciekawość** (ok. 2/5 badanych wskazało te elementy).

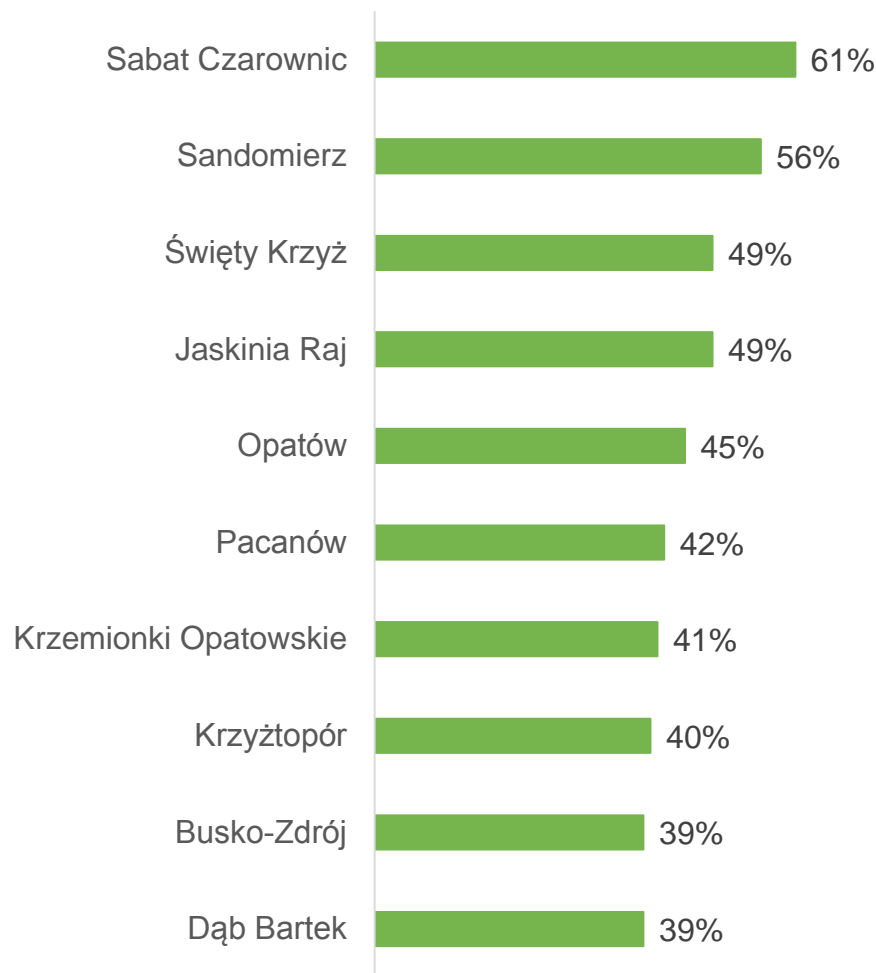
Warto również zwrócić uwagę **aspekt zdrowotny i chęć obcowania z naturą** – co 5 respondent, t który nie odrzuca województwa Świętokrzyskiego jako celu wyjazdu wspomniał o klimacie, świeżym powietrzu oraz lasach.

Blisko połowa osób które nie rozważyłyby krótkich wyjazdów weekendowych w województwie Świętokrzyskim jako powód zniechęcający podała **zbyt dużą odległość** od ich miejsca zamieszkania.

Drugim głównym czynnikiem powodującym brak zainteresowania województwem Świętokrzyskim jest brak znajomości dostępnych tam atrakcji.

# Znajomość atrakcji turystycznych województwa Świętokrzyskiego 1/3

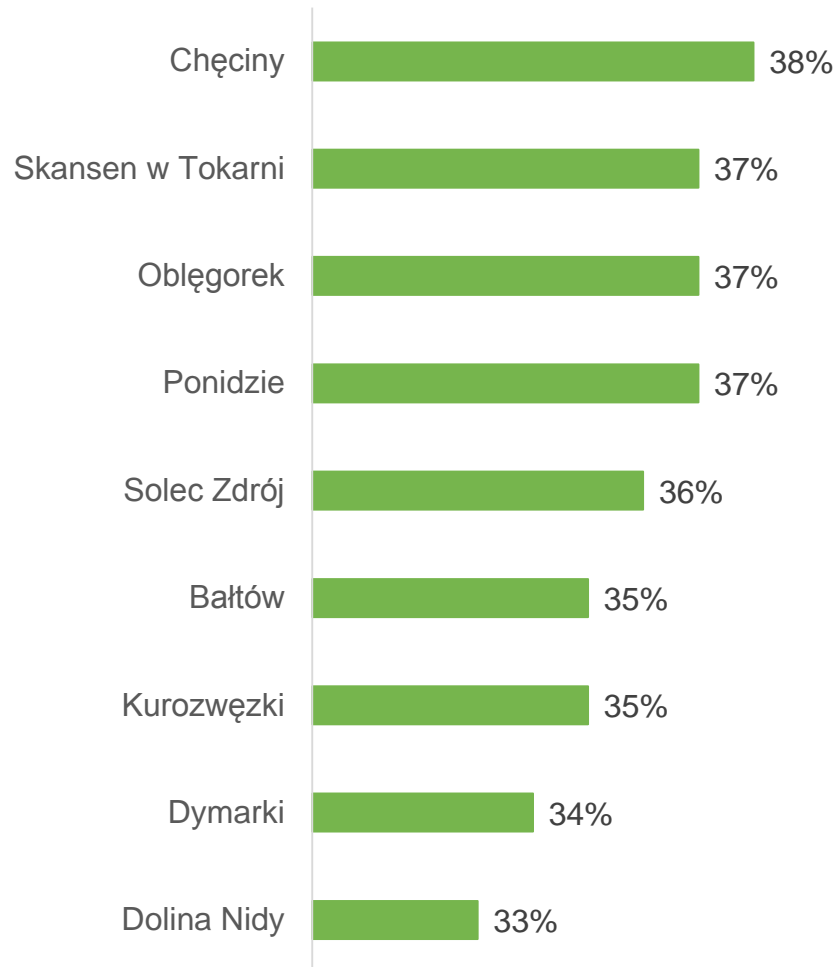
Q3. Proszę wskazać, z którym z województw kojarzą się Panu(i) poniższe nazwy miejsc, miejscowości i zabytków?



Podstawa procentowania: Wszyscy respondenci N=1014.

# Znajomość atrakcji turystycznych województwa Świętokrzyskiego 2/3

Q3. Proszę wskazać, z którym z województw kojarzą się Panu(i) poniższe nazwy miejsc, miejscowości i zabytków?



Podstawa procentowania: Wszyscy respondenci N=1014.

# Znajomość atrakcji turystycznych województwa Świętokrzyskiego 3/3

Dwie najczęściej kojarzone z województwem Świętokrzyskie atrakcje to:

- **Sabat czarownic** - 61%
- **Sandomierz** – 56%

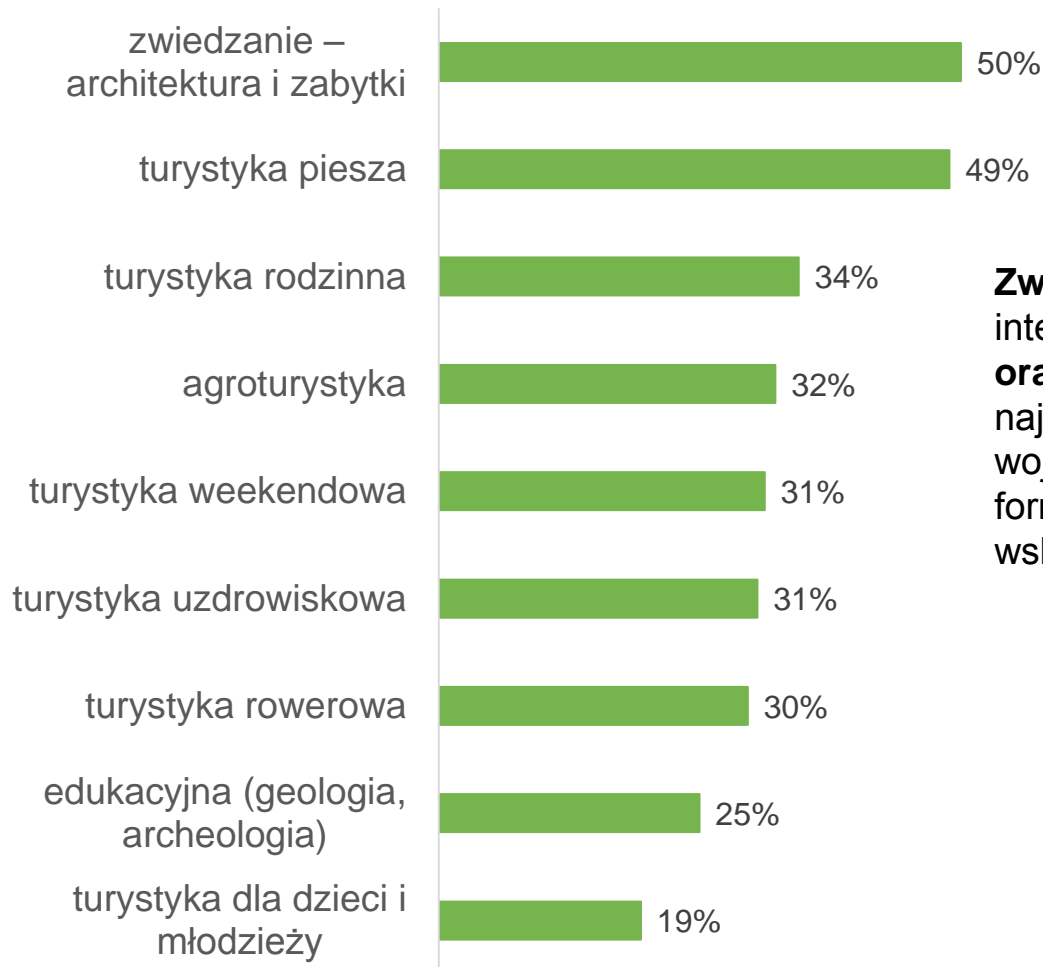
Inne, poprawnie kojarzone z województwem Świętokrzyskim atrakcje to”

- **Święty Krzyż** - 49%
- **Jaskinia Raj** - 49%
- **Opatów** – 45%
- **Pacanów** – 42%

Pozostałe atrakcje województwa Świętokrzyskiego kojarzone są poprawnie z tym regionem Polski przez ok. 2/5 badanych. Najślabiej łączona z obszarem Świętokrzyskim jest Dolina Nidy oraz Dymarki.

# Formy turystyki kojarzone z województwem Świętokrzyskim

Q5. Proszę powiedzieć, z jakimi formami turystyki kojarzy się Panu(i) województwo świętokrzyskie?



**Zwiedzanie zabytków** i obiektów interesujących architektonicznie **oraz turystyka piesza** to dwie najczęściej kojarzone z województwem Świętokrzyskim formy aktywności turystycznej - wskazała je połowa badanych.

# Formy turystyki uprawiane w województwie Świętokrzyskim

Q6. A jaką formę turystyki Pan(i) uprawia, podczas wyjazdów do województwa świętokrzyskiego?

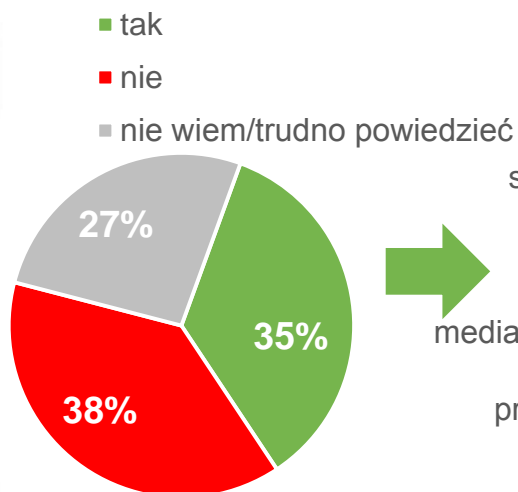


Wśród osób, które odwiedziły województwo Świętokrzyskie w ciągu ostatnich 2 lat również **zwiedzanie zabytków, architektury oraz turystyka piesza** to dwie najpopularniejsze aktywności – 58% wskazań. Połowa osób, które odwiedziły ten region Polski kojarzy go również z turystyką rodzinną.

Podstawa procentowania: Osoby, które odwiedzają województwo świętokrzyskie podczas wyjazdów weekendowych N=101.

# Styczność z kampanią promującą województwo Świętokrzyskie 1/3

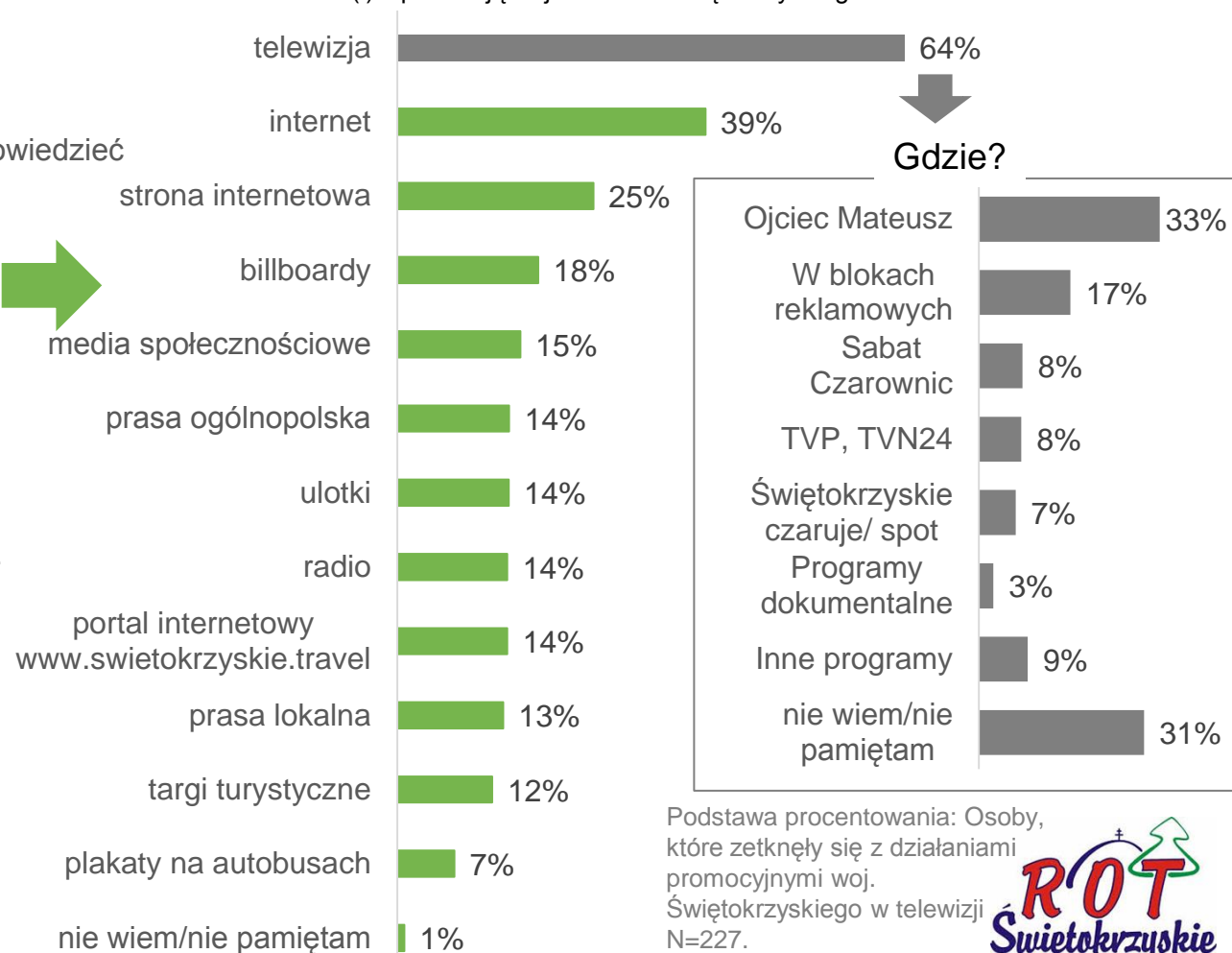
Q8. Czy spotkał(a) się Pan(i) z działaniami promocyjnymi województwa świętokrzyskiego?



Podstawa procentowania:  
Wszyscy respondenci N=1014.

Q9. Gdzie zetknął(ęła) się Pan(i) z takimi działaniami?

Q10. W jakich programach/serialach/audycjach w telewizji, zetknął(ęła) się Pan(i) z promocją województwa świętokrzyskiego?



Podstawa procentowania: Osoby, które zetknęły się z działaniami promocyjnymi woj. Świętokrzyskiego w telewizji N=227.



Podstawa procentowania: Osoby, które zetknęły się z działaniami promocyjnymi woj. Świętokrzyskiego N=355.

# Styczność z kampanią promującą województwo Świętokrzyskie 2/3

**35%** respondentów **zetknęło się z kampanią promującą województwo Świętokrzyskie** jako region turystyczny.

**Najczęstszym punktem styku była telewizja** – co trzecia osoba która zetknęła się z kampanią, widziała ją w telewizji. Należy zwrócić na silną rolę serialu „Ojciec Mateusz” w promocji województwa Świętokrzyskiego - 33% osób które zetknęły się z kampanią w telewizji wymieniło właśnie ten serial jako jedno ze źródeł. Spoty reklamowe również zapadały w pamięć badanych.

**Drugi najczęstszy punkt styku z kampanią to działania internetowe** ogółem, a w szczególności strony tematyczne oraz media społecznościowe.

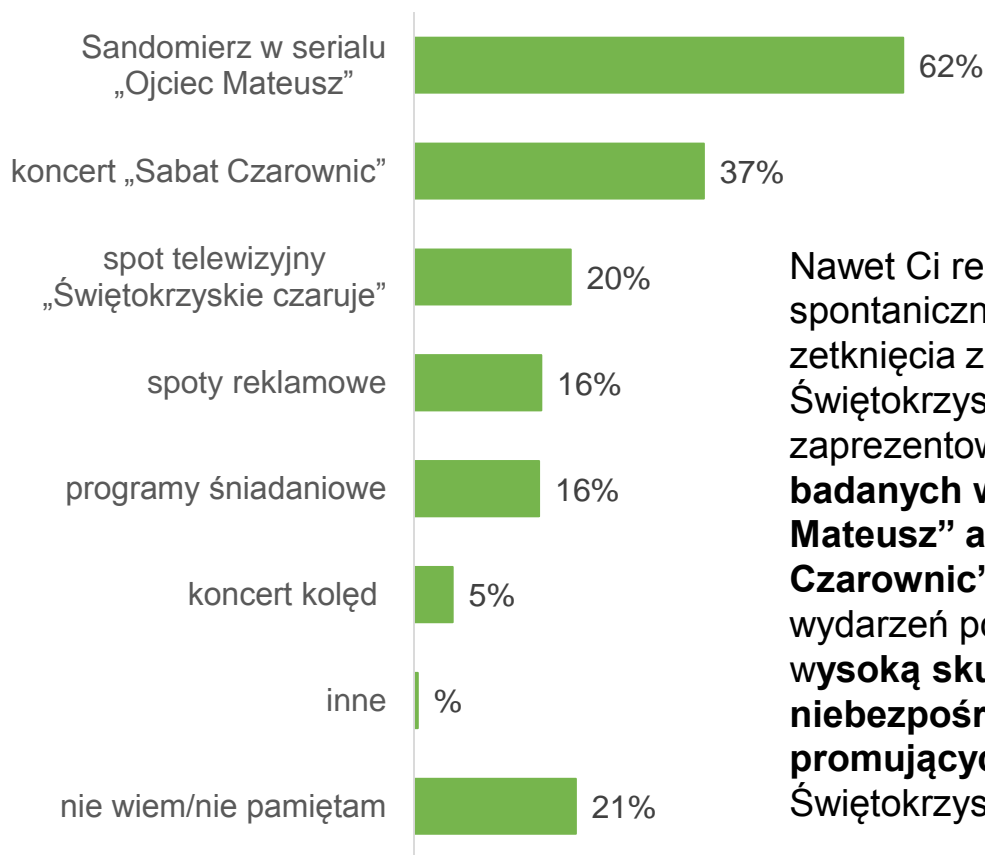
Nieco rzadziej respondenci stykali się z kampanią Out Of Home. W tym obszarze najczęściej pamiętano billboardy.



# Styczność z kampanią województwa Świętokrzyskiego 3/3

Q10a. Czy w którymś z poniższych programów/seriali/audycji, zetknął(ęła) się Pan(i) z promocją województwa świętokrzyskiego?

## Wspomagana styczność z kampanią



Nawet Ci respondenci, którzy spontanicznie nie pamiętali momentu zetknięcia z promocją województwa Świętokrzyskiego, to po zaprezentowaniu listy wydarzeń **3 na 5 badanych wskazywało serial „Ojciec Mateusz” a 37% koncert „Sabat Czarownic”**. Tak duża znajomość wydarzeń pokazuje wskazuje na **wysoką skuteczność niebezpośrednich działań promujących województwo Świętokrzyskie w telewizji.**

# Jak skłonić turystów do odwiedzenia województwa Świętokrzyskiego?

Q11. Jaki rodzaj atrakcji skłoniłby Pana(ia?) do odwiedzin województwa świętokrzyskiego?



Zwiedzanie zabytków oraz góry Świętokrzyskie, które obecnie najczęściej kojarzone są z województwem Świętokrzyskim są również postrzegane jako najbardziej zachęcające do odwiedzenia regionu. Warto zwrócić uwagę na wysoką pozycję walorów przyrodniczych jako atrakcji turystycznej.



# **WYNIKI BADANIA JAKOŚCIOWEGO**

# Czas wolny

- Większość respondentów biorących udział w badaniu stara się regularnie wyjeżdżać na weekendowe wyjazdy z rodziną.
- Planując wyjazd respondenci biorą pod uwagę:
  - Przede wszystkim możliwość zorganizowania czasu wolnego dla dzieci: place zabaw, imprezy, regionalne atrakcje dla dzieci
  - Możliwość zaplanowania atrakcji również dla dorosłych, np. zwiedzanie, możliwość odpoczynku wieczorem, np. przy grillu.
- Atrakcje przeznaczone typowo dla dzieci są często realną inspiracją do wyjazdu – część wyjazdów organizowana jest właśnie w tym celu, aby „pokazać dzieciom Polskę”.

”

*„Głównie decyduje odległość, żeby to było stosunkowo niedaleko na tak krótki okres, żeby nam podróż nie zajęła jednego dnia i powrót też jednego dnia i na zwiedzania zostaje jeden dzień. Do 300 km w jedną stronę jest to taki przedział, że można by pokonać przez te 3 dni.” [Katowice]*

*„W zależności od wieku dziecka, jak młodsze dziecko to trzeba się podporządkować dla dzieci. Żeby dziecko miało do zwiedzenia karuzele, basen, kolejka linowa, wesołe miasteczko.” [Warszawa]*

*„Idealny wyjazd to niedaleko, dobra pogoda, w miarę dobre jedzonko i dużo rzeczy do zwiedzania, do sprawdzenia siebie, szlaki. Żeby można było na rowerze pojeździć, żeby gdzieś w okolicy był plac, dla dziecka, ale też żeby gdzieś było niedaleko wesołe miasteczko, jakieś oceanarium, mini zoo.” [Katowice]*

# Czas wolny

Wydarzenia przeznaczone dla dzieci przyciągają również młodzież i dorosłych.

- ” *„Inspiracje do wyjazdu? Ja ostatnio zacząłem robić tak, że brałem google maps i tam jest taka opcja zdjęcia i ludzie tam je umieszczają, szukam sobie w obrębie 100, 200 km od Warszawy i są jakieś miejsca gdzie są zdjęcia i sobie kliknę, patrzę na zdjęcie, czy to jezioro czy coś co mnie zaciekawi to potem się dowiaduje o tym miejscu coś więcej. Kwestia godziny, dwóch.”  
[Warszawa]*
- *„Jak wyjeżdżamy to szukam jakiegoś Mini zoo. Może być park rozrywki, park linowy, pałace, zamki, baseny kryte, kuchnia regionalna. Albo jeśli są jakieś miejsca, które zapewniają warsztaty np. lepienie z gliny albo wyrabianie ciasta, jakieś występy. W takich miejscach dzieci się pobawią.” [Lublin]*

# Planowanie wyjazdów rodzinnych

- Główne bariery związane z planowaniem wyjazdów rodzinnych to:
  - Ograniczenia finansowe (2 – 3 dniowa wycieczka „wychodzi” dość drogo, biorąc pod uwagę sumę kosztów dojazdu, noclegu i gastronomii i atrakcji)
  - Konieczność zaplanowania czasu wolnego dla wszystkich członków rodziny (dzieci w ciągu weekendu uczestniczą w zajęciach dodatkowych, dorośli często nadrabiają zaległości w pracy, nastolatki organizują spotkania w gronie swoich znajomych)
  - Wyjazdy rodzinne (typowe wyjazdy weekendowe )ustępują wyjazdom **do rodziny** – traktowanie miejsca pobytu dalszej rodziny jako bazę wypadową na wycieczki.

”

*„My jak ostatnio byliśmy w górach Stołowych i tam w tych okolicach mieliśmy zamiar pozwiedzać, a ponieważ mamy tam rodzinę, więc się wybraliśmy tam i pomimo że mamy tam rodzinę to w ogóle w domu nie spędziliśmy ani jednego dnia tak naprawdę, tylko właśnie zwiedzaliśmy, jaskinie, park linowy. U mnie dzieciaki nie siedzą, pomimo że mam 5 latka to po parku linowym sam już śmiga, my musimy cały czas coś robić i patrzeć. Czy tak jak jedziemy nad morze, też nie siedzimy na plaży cały czas, bo nie wiem czy byśmy dali radę cały czas tak siedzieć. Posiedzimy trochę na plaży, a później już jedziemy coś zobaczyć, czy jaskinie czy cokolwiek, czy bunkry.” [Warszawa]*

# Planowanie wyjazdów rodzinnych

”

„Przeszkody to **koszty tych wszystkich atrakcji**. Ja na różnego rodzaju atrakcje dużo wydaję. Bo myślę, że nie jest problemem cena dojazdu czy noclegu, tylko wszelkiego rodzaju atrakcje są bardzo drogie. Jak się jedzie z 4 osobową rodziną i trzeba za całość zapłacić, no to tak się wydaje. A jak już jedziemy gdzieś to chcielibyśmy i tu zajechać i to zobaczyć i jeszcze gdzieś tam dzieciaki też zabrać, więc my nie jedziemy po to, żeby posiedzieć, tylko raczej, żeby pozwiedzać to tak suma summarum to jest najdroższe tak naprawdę.” [Warszawa]

- „My generalnie na spontaniczne wycieczki, wstajemy rano i jedziemy. Ostatnio byliśmy tam, gdzie jest dworek Sienkiewicza. Czasami jedziemy na dłuższe wycieczki, ale zazwyczaj są to jednodniówki, jedziemy rano, wracamy wieczorem. W tamtym roku byliśmy w Raju, w kieleckich jaskiniach, bardzo ładnie, polecam. Sandomierz, Nałęczów. **Ciężko córki namówić na dłuższy wyjazd, mają swoje sprawy**. Jedna ma 17, druga 16 lat, nie dość, że od komputera ciężko je oderwać to mają już swoje towarzystwo i dlatego nie chcą z nami jeździć. Te wycieczki nie są takie dalekie, żeby tam nocować. Jednodniowe wyprawy są akurat.” [Lublin]

# Wyjazdy w świętokrzyskie

- Większość respondentów kiedyś odwiedziła przynajmniej jedno z miejsc/ atrakcji województwa świętokrzyskiego. W większości przypadków miało to miejsce dość dawno (od 7 – 20 lat temu). Najczęstszym powodem tamtych wyjazdów były wycieczki szkolne – odwiedzano wówczas takie atrakcje jak: zamek w Chęcinach, Jaskinia Raj, Święty Krzyż.
- Tylko niektóre osoby odwiedzały świętokrzyskie w ostatnich kilku latach – były to najczęściej wycieczki z dziećmi do Bałtowa. Rzadziej – wycieczki do Sandomierza („aby zobaczyć starówkę z serialu”), Ćmielowa czy Buska Zdroju („aby odwiedzić rodziców w sanatorium”). Mniejszą popularnością cieszyły się zamki w Chęcinach czy Krzyżtoporze. Jedna z osób odwiedziła świętokrzyskie podczas święta dymarek.
- Wszyscy natomiast deklarują, że świętokrzyskie są regionem turystycznym wartym odwiedzenia i wykazują zainteresowanie wyjazdem w te okolice.
  - *„To nie są jakieś odległości kosmiczne, do Sandomierza jest jakieś 100 km. Ja byłem dawno temu, ale siostra była ostatnio, widziałem zdjęcia. Chętnie tam pojadę.” [Lublin]*



# Wyjazdy w świętokrzyskie

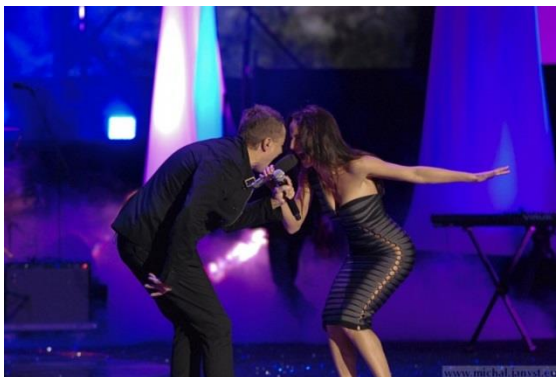
- „*Moje skojarzenia ze świętokrzyskim to czarownice, Justyna Steczkowska, bo była na koncercie w telewizji*” [Warszawa]
- „*A mi się też kojarzy z dymarkami, Pacanowem, kieleckim, coś z Marsjanami – słyszałam, że tam taka impreza będzie.*” [Katowice]
- „*Góry świętokrzyskie, Sandomierz*” [Katowice]
- „*Dąb Bartek w ogóle mi się nie kojarzył ze świętokrzyskim, zdziwiłem się, że na ulotkach to jest, bo myślałem, że to gdzieś w środkowej Polsce.*” [Katowice]
- „*Ja uważam, że Bałtów to fajne miejsce. Bo my byliśmy parę lat temu i byliśmy w tamtym roku i po prostu nie do porównania, jest dużo więcej atrakcji, dużo fajniej, bo tam czarownice jakieś powstały.*” [Warszawa]
- „*Ja mam taką też troszkę tendencję, że te wyjazdy, które kiedyś tam w życiu się odbyły za sprawą jakiś obozów sportowych czy wyjazdów z rodzicami - lubię sobie do tych miejsc wrócić po iluś tam latach i zobaczyć jak to wygląda, czy jakieś wspomnienia wrócą coś tego typu . Jeśli akurat chodzi o województwo świętokrzyskie to tak naprawdę mam porównanie Sandomierza gdzieś z etapu no już starych lat podstawówki, porównując z wyjazdem 3 czy 4 lata temu . Może w podstawówce dziecko nie zwraca tak uwagi na te rzeczy jak dorosły człowiek, natomiast sam Sandomierz moim zdaniem jest bardzo na plus, jeśli chodzi o to co się zmieniło na przestrzeni tych 15 czy niemalże 20 lat.*” [Warszawa]



# OCENA WYDARZEŃ REGIONALNYCH

# Sabat czarownic

- Większość respondentów miała poczucie, że słyszała o takiej imprezie.
- Niektórzy respondenci oglądali nawet tegoroczny Sabat w TV. Pamiętali takie szczegóły jak: występ Justyny Steczkowskiej, atrakcyjne stroje i muzyka.
- Na podstawie opisu imprezy badani wnioskowali, że impreza ma wyłącznie charakter koncertu. Taki rodzaj atrakcji nie przypadł im do gustu – oczekiwali, że Sabat Czarownic będzie imprezą dla całych rodzin, pełną atrakcji zarówno dla dorosłych, jak i dla dzieci. Spontanicznie pojawiały się takie oczekiwania jak:
  - Nauka latania na miotle
  - Warsztaty dotyczące wiedzy o czarownicach (na wesoło)
  - Malowanie twarzy
  - Gry, zabawy dla dzieci o tematyce sabatu czarownic
- Oczekiwania respondentów dotyczą kilkudniowej imprezy dla wszystkich członków rodziny. Ich zdaniem, koncert jest wydarzeniem, które raczej ogląda się w telewizji, a nie uczestniczy w nim podczas wyjazdu turystycznego z rodziną.



- *„Co koncert ma wspólnego z Sabatem czarownic? Myślałem, że to jakaś impreza kilkudniowa jest, a nie koncert.”  
[Warszawa]*

# Sabat czarownic



- *„Jeśli my chcemy reklamować region to niech będą gwiazdy z tego regionu, tak samo jeśli chodzi o kuchnie, o jakieś atrakcje, to ma nam się kojarzyć z danym regionem. Można gwiazdę zaprosić większego formatu, ale z Polski. Teraz jest tyle młodych osób, które śpiewają i odnoszą sukcesy” [Katowice]*
- *Ani te gwiazdy tutaj wymienione ani ta kontrowersja wokół postaci tej Conchity, jakoś do mnie to nie trafia. Jest mnóstwo różnych regionalnych festiwali, koncertów i wydarzeń muzycznych na tyle dobrych, że jak dla mnie sabat czarownic nie przebija się, ja go nie znam osobiście, do mnie to nie trafia, ani nie spotkałem się z tym wcześniej i myślę, że tutaj jest to sedno sprawy. Sabat to powinna być kilkudniowa impreza, a nie jakiś koncert jakich wiele.” [Lublin]*

# Sabat czarownic



- Badani zauważyli także, że Conchita Wurst była gościem Sabatu Czarownic w tym roku. Wielu słyszało o przyjeździe Conchity do Polski, ale nie wiązało tego faktu z Sabatem.
  - Większość badanych negatywnie ocenia pomysł zaproszenia Conchity – takie opinie dominują zwłaszcza w Lublinie oraz Katowicach. Respondenci twierdzą, że kontrowersje, jakie wywołuje celebrytka nie służą dobrze promocji regionu – sami nie uczestniczyliby w wydarzeniu/ koncercie na którym miałyby wystąpić.
- *„Ja nie wiem co to za promocja z tą Conchitą Wurst? Co to miało dać? Szału nie ma.” [Katowice]*
  - *„Tutaj z tą gwiazdą to akurat dobrze trafili na sabat czarownic. Jako kontrowersyjna osoba. 200 lat temu by ją spalili na stosie.” [Katowice]*
  - *„Ryzykowny pomysł, wszystko zależy od podejścia, jeśli ktoś ma wysoką tolerancję na takie różne odchyły no to fajnie, to sobie pomyśli, że fajni otwarci ludzie promują tę imprezę. Jak dla mnie to ona nie robi wrażenia. To jest przekroczenie jakiejś tam granicy. Ja tam nie pojedę.” [Lublin]*
  - *„Mnie Conchita w ogóle nie interesuje. Nie ma to żadnego znaczenia dla tej imprezy.” [Warszawa]*
  - *„Ja słyszałem, że Conchita przyjeżdża do Polski, bo w radiu mówili, że jest. Ale że na Sabat to nie wiedziałem.” [Warszawa]*
  - *„Mi się to akurat nie spodobało [zaproszenie Conchity Wurst] . To że tutaj nasi polscy artyści promują to województwo to jest bardzo fajny pomysł.” [Lublin]*

# Dymarki świętokrzyskie



*„Świetne! Zobaczyć całą tę rekonstrukcję, zobaczyć jak wyrabiali te garnki, jakieś naczynia czy zbroje, miecz, to jest ciekawa sprawa i warto coś takiego zobaczyć. Tam się akurat dużo robi, bo myśmy przez 3 lata współorganizowali, ponieważ ja tam studiowałem historię i mój profesor był założycielem tego festiwalu.” [Warszawa]*

- Spośród testowanych wydarzeń to właśnie Dymarki Świętokrzyskie wzbudziły największe zainteresowanie respondentów.
- Większość jest zdania, że impreza wygląda na tyle interesująco, że sami chętnie uczestniczyliby w nim. Impreza wydaje się ciekawa, ponieważ pokazuje historyczny sposób wytopu, a jednocześnie pozwala na samodzielne wykonanie – uczestnictwo w wydarzeniu.
- Respondenci są zdania, że impreza jest bardzo ciekawym sposobem na zaciekawienie dzieci archeologią.

# Dymarki świętokrzyskie



Dymarki świętokrzyskie są określane jako impreza dla całych rodzin – tu każdy znajdzie coś dla siebie, zarówno dzieci w wieku przedszkolnym, szkolnym, młodzież, a także dorośli.

- *„Jakbym usłyszała to z miłą chęcią poszłabym to obejrzeć. Specjalnie bym na to pojechała. To jest historia połączona z nowoczesnością.” [Katowice]*
- *„To wygląda jak skansen. To jest coś takiego, czego w tej chwili nie ma. W sensie trudno znaleźć imprezę, gdzie ktoś będzie wytapiał żelazo, a koncerty to wszędzie są, piwo i grill jest wszędzie. Sam fakt podziwiania zbroi, z czego to się składa. Dla chłopców to jest szczególnie atrakcja.” [Lublin]*
- *„Ja tam byłam z rodziną. Bardzo fajne są te wyroby, które można sobie też kupić. Córce się bardzo podobało jak sobie mogła u kowala coś porobić, serduszka sobie kuli i z drucików porobili.” [Katowice]*

# Harcerski Festiwal Kultury Młodzieży Szkolnej

- Respondenci przyznawali, że obecnie imprezy dla harcerzy są już coraz mniej popularne. Najmniejszym zainteresowaniem festiwal cieszył się w Warszawie, nieco większym – w Lublinie i Katowicach.
- Zdaniem badanych impreza, chociaż ma charakter otwarty, przyciągnie przede wszystkim harcerzy i ich rodziców. Nie będzie miała potencjału przyciągania szerokiego grona turystów.



*„Ja sama była harcerką, ale moje dzieci już nie. Wolą inne rzeczy” [Warszawa]*

*„Mi się wydaje, że teraz u dzieci jest takie w cudzysłowie rozwyrzenie, że taka grupa harcerzy nie jest dla nich atrakcyjna. Tam jest dyscyplina, w miarę jakaś dojrzałość, trzeba być odpowiedzialnym i teraz brakuje tego naszym dzieciom, mówię tu ogólnie. To jest właśnie taki ewenement podtrzymywania tego. Dlatego warto czasem taki festiwal zorganizować, żeby w ogóle idee harcerstwa promować.”*

*[Katowice]*



# Harcerski Festiwal Kultury Młodzieży Szkolnej



- Ten typ imprezy w niewielkim stopniu przyciąga turystów do regionu, ma jednak znaczenie jeśli chodzi o krzewienie wartości harcerskich oraz kulturalnych. Badani doceniają ten aspekt festiwalu.
- „Specjalnie na to bym nie pojechał, ale jak już tu jesteśmy na miejscu to jest dodatkową atrakcją dla dziecka.” [Katowice]
- „To nie przyciąga, bo to jest niszowe. Jeżeli bym był harcerzem to zapewne cały rok bym czekał na tą imprezę. Mi to się wydaje, że to jest taka impreza jak jestem tam w tym rejonie powiedzmy 2 km to bym pojechał, ale jechać specjalnie z Warszawy tam to nie.” [Katowice]
- „To zależy od zainteresowań, jeśli dzieci się tym interesują to można im zrobić taki festiwal.” [Lublin].
- „Akurat tutaj bym się przychylił, mam takie skojarzenie – we Włodawie organizowano takie spotkanie kultur i to mi się kojarzy, że mogłoby być coś podobnego, pewnie by się coś ciekawego znalazło i dla mnie. Jest napisane, że jest dla wszystkich, którzy kulturą się interesują, więc zapewne gdybym akurat był w Kielcach to pewnie bym się na to też wybrał.” [Lublin]

# Międzynarodowy Festiwal Kultury Dziecięcej w Pacanowie



Bardzo pozytywnie oceniany, zwłaszcza przez rodziców najmłodszych dzieci. Impreza określana jako uniwersalna, otwarta, odpowiednia dla szerokiego grona odbiorców (również dla dorosłych).

- *„To jest fajne, że to jest festiwal trzydniowy, bo można sobie pojechać na któryś z wybranych trzech dni, nie trzeba noclegu, tylko w zależności od programu coś wybrać.” [Lublin]*
- *„Bardzo fajny pomysł, ale można więcej go promować. Może w szkołach, przedszkolach, w mediach troszeczkę więcej, właśnie jak rodziny chcą wyjechać, zaplanować to żeby wiedziały gdzie.” [Lublin]*



# Międzynarodowy Festiwal Kultury Dziecięcej w Pacanowie



- „Bardzo fajny pomysł. Dziecko zajęte atrakcjami, a rodzice mają wolne.” [Katowice]
- „Myślę, że dzieci w ogóle lubią wszelkiego rodzaju tak jak tutaj są warsztaty – chemia, fizyka i tak dalej. Tak jak jest piknik naukowy na stadionie, my zawsze na niego chodzimy, bo po prostu tam jest wiele atrakcji dla dzieci i tego typu atrakcje przyciągają.” [Warszawa]

# Festiwal Filmów-Spotkań NieZwykłych w Sandomierzu

- Respondenci byli zdania, że impreza jest skierowana do wąskiego grona pasjonatów kina. Sami, chociaż lubią kino, nie uważają się za znawców, którzy mogliby w takim wydarzeniu uczestniczyć.
- Przyznają jednak, że tego typu wydarzenia to krzewienie kultury i oczekują, że będą organizowane dla pasjonatów kina



- *„Ja nawet tych nazwisk niektórych nie znam, to nie bardzo bym skorzystał na takiej imprezie”. [Warszawa]*
- *„Ciężkie i refleksyjne. To jest dla dorosłych jeśli ktoś lubi takie coś. Wyjazd we dwoje, bez dzieci, odprężyć się, piwka się napić.” [Lublin]*
- *„Ja myślę, że dla ludzi bardziej zainteresowanych kinem. Jeśli miałbym się na to wybrać to zrobiłbym wycieczkę celową na kilka dni. To jest dobra alternatywa dla tego co się puszcza dzisiaj w tych multikinach.” [Lublin]*

# Festiwal Filmów-Spotkań NieZwykłych w Sandomierzu

Zdaniem respondentów, grupa docelowa takiego wydarzenia to licealiści, studenci oraz młodzi dorośli (do ok. 30 lat), którzy skupiają się na rozwoju swoich pasji.



- „To jest dla wąskiej, określonej grupy. Jak ktoś interesuje się filmem to jak najbardziej wtedy. Tylko to jest wąskie grono odbiorców, ale robić festiwal zawsze warto.” [Katowice]
- „To jest nisza, bo dla miłośników filmów, których jest bardzo dużo to jest jakaś zachęta. Tak jak jest np. w Zwierzyńcu festiwal filmowy co roku w sierpniu, na którą zjeżdża naprawdę multum ludzi i to jest też jeden z czołowych festiwali filmowych, no to też się może takie stać. Wszystko jest na takiej drodze aby to się stało, jeśli będzie odpowiednia promocja tego, a potem samo z siebie promocja regionu.” [Warszawa]
- „A ja do Sandomierza bym pojechała, ale na festiwal nie.” [Warszawa]
- „Myślę, że trzeba być pasjonatem filmów, żeby poczuć smak dobrze. Dla mnie jest to wyspecjalizowana impreza dla bardzo wąskiego grona odbiorców.” [Lublin]

# Europejskie Zawody Łazików Marsjańskich



Impreza dotycząca łazików marsjańskich nie była przedmiotem oceny, ale pojawiła się spontanicznie na każdej z grup. Pojedyncze osoby słyszały o takim wydarzeniu, które ma być organizowane w tym roku (respondenci z Katowic i Lublina). Po zapoznaniu się ze szczegółami impreza wzbudzała duże zainteresowanie mężczyzn uczestniczących w focusach oraz rodziców chłopców w wieku od 7 do kilkunastu lat.

Rodzice byli zdania, że tematyka idealnie wpisuje się w zainteresowania chłopców robotyką (która staje się popularnym zajęciem dodatkowym w domach kultury itd.)

Badani, którzy wcześniej nie mieli wiedzy o tej imprezie oczekiwali więcej informacji na jej temat w internecie i w prasie.

- *„Bardzo fajnie. To jest impreza dla szerokiego przedziału wiekowego, od sześciu lat w górę. Głównie dla chłopców, ale ja bym też pojechała z całą rodziną. Słyszałam, że niedługo taka impreza ma być.” [Katowice]*
- *„Moja córka ostatnio chciała, żebym poczytała jej o astronomii, coś zaczęła w tym kierunku, księżyc, gwiazdy, planety. To zainteresuje dzieci.” [Lublin]*
- *„To impreza dla ludzi zainteresowanych tematem – dla chłopców, dla och ojców.” [Lublin]*
- *„To impreza dla rodzin, ale też dla jakiś fanów science-fiction i kina. Dla mnie super. Wzięlbym syna na to. Warto, żeby województwo świętokrzyskie promowało takie akcje.” [Warszawa]*
- *„Na coś takiego to właśnie szkoły powinny robić wyjazdy.” [Lublin]*



# OCENA REKLAM

# Ocena reklam

- Reklamy dotyczące turystyki po Polsce są bardzo dobrze przyjmowane przez respondentów. Badani mają poczucie, że te reklamy służą „słusznej sprawie” – krzewieniu zainteresowań, promocji kultury i wiedzy o regionie. Dlatego też pozytywnie podchodzą do tego typu reklam – w przeciwieństwie do reklam produktów FMCG.
- Oczekują, że reklamy dotyczące turystyki regionalnej będą pojawiać się w kinach, w telewizji, ale także w internecie.
  - *„Reklamy powinny być puszczane w kinach. Jak człowiek siedzi i jest zrelaksowany to chętnie takie reklamy wyjazdów obejrzy.” [Warszawa]*
  - *I w internecie, jak się szuka noclegów, na nocowanie.pl, trivago, albo na gruponie. Tam powinny być reklamy wyjazdów w konkretne miejsca.” [Katowice]*



# Reklama „Świątokrzyskie czaruje”

- Reklama została bardzo pozytywnie odebrana przez badanych. We wszystkich grupach była uznana jako najlepsza lub druga w kolejności, wśród prezentowanych.
- Respondenci doceniali szczególnie:
  - Atrakcyjne sceny
  - Dynamiczną muzykę
  - Charakterystyczny klimat: „kolorowo, bajecznie, intrygująco”
    - *„Ciekawy sposób na zachęcenie do wyjazdu. Niektóre sceny magiczne, intrygujące. Do tego szybka muzyka. Fajnie. Zachęca.” [Lublin]*
- Najbardziej intrygujące miejsca, które po reklamie pozostają w pamięci to:
  - Zamek Krzyżtopór
    - *„Wspaniale wygląda w reklamie. Ciekawie czy to są same ruiny czy tam coś jeszcze zostało. Ale widać, że warto to zobaczyć.” [Warszawa]*
  - Kurozwęki
    - *„Kurozwęki – aż starałam się zapamiętać, żeby tam pojechać” [Katowice]*



# Reklama „Świętokrzyskie czaruje”



- *„Bardzo fajny spot, najlepszy. Długi, ale się naprawdę tak z przyjemnością go ogląda. Pokazuje wszystkie walory regionu.” [Warszawa]*
- *„Sama dynamika reklamy była wciągająca. Gdybym zobaczył reklamę gdzieś w telewizji to stanąlbym i obejrzał, nawet gdyby to trwało 15 minut.” [Lublin]*
- *„Może być fajny taniec tych czarownic przy ognisku. U nas w Piotrowicach też są noce świętojańskie i to jest super.” [Lublin]*
- *„Ten naprawdę jest rewelacyjny. Jest super muzyka. Jest wszystko co może zaciekać każdego, każdy coś dla siebie znajdzie.” [Warszawa]*

# Reklama – 5 min

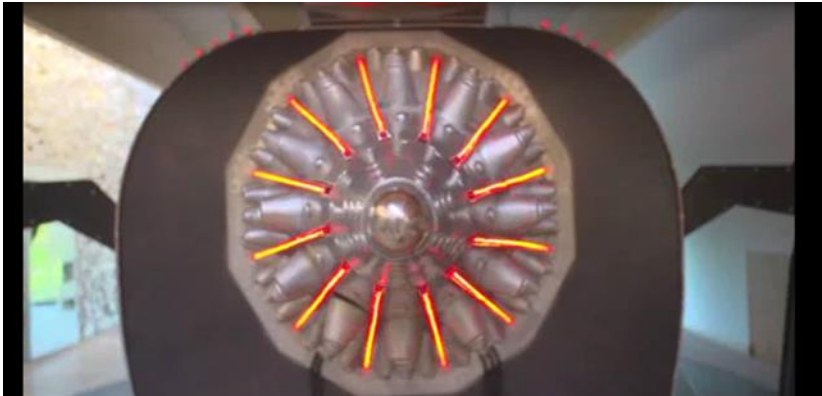
- Reklama spotkała się z bardzo dobrym przyjęciem, zwłaszcza osób w wieku 35 – 45 lat. Młodszym mniej podobała się estetyka reklamy, doceniali natomiast ilość przedstawionych atrakcji i miejsc do zwiedzania. Chociaż żaden z respondentów nie spotkał się wcześniej z tą reklamą – wszyscy deklarowali, że chętnie obejrzeliby ją w internecie.
- W Katowicach – najlepsza reklama.
- Młodszy respondenci sugerowali, że warto reklamę podzielić na części, aby w skróconej formie puszczać w telewizji. W obecnej, pięciominutowej wersji przekaz jest zbyt długi, wręcz nużący.



- *„Spot fajnie pokazuje, co możemy zwiedzić i jak to wygląda. Widzę, że wchodząc gdzieś to mam do zwiedzania to i to. Widzimy oczami, co tam możemy zrobić.” [Katowice]*
- *„Podobał mi się wątek multimedialności, tutaj sweet focie, tu na fejsie, punkty, odnośniki, że jest multimedialne, sugeruje że można sobie przez internet wszystko znaleźć. To mi się podoba, to jest fajne. I jeszcze raz sugerują na koniec, że znajdziesz nas w internecie, to jest fajne.” [Lublin]*
- *„To jest za długie.” [Warszawa]*

# Reklama – 5 min

- Żywe Muzeum Porcelany w Ćmielowie to jedna z takich atrakcji, która przedstawiona w reklamie wzbudza realne zainteresowanie wyjazdem.
  - „Bardzo fajnie to wygląda i chętnie tam pojedę z dziećmi. Widać, że to takie muzeum, w którym można coś fajnego zrobić, a nie tylko stać i patrzeć.” [Katowice]
  - „I tu było pokazane co można robić w Ćmielowie. Fajne warsztaty dla dzieci. Na pewno malują porcelanę. To jest coś innego, coś fajnego.” [Lublin]



- „No muszę powiedzieć, że od czasu kiedy mieszkałem w Kielcach to się dużo zmieniło, bo połowy tych atrakcji nie było. Ale trochę za dużo chcieli w jednym miejscu pokazać, zbyt drobiazgowo wszystko.” [Warszawa]
- Bardzo pozytywnie przyjęto także Geopark w Kielcach – sposób przedstawienia tego miejsca wywołuje dużą ciekawość, zwłaszcza rodziców dzieci w wieku wczesnoszkolnym.
  - „Nawet nie wiedziałam, że coś takiego w Polsce istnieje. Myślę, że warto tam zabrać dzieci, żeby wzbudzić ich zainteresowanie geografią.” [Katowice]

# Reklama „Archeo – Geo”

- Reklama dobrze przyjęta przez badanych – krótka, ale atrakcyjna.
  - *„Bardzo dobrze nadaje się do telewizji. Jest krótka, ale zaciekawia. Zachęca do tego, aby wszystko zobaczyć na żywo.” [Warszawa]*
- Sam pomysł łączenia atrakcji jako szlak archeologiczny wydaje się bardzo ciekawą formą promocji regionu.
- Atrakcją, którą najlepiej zapamiętują respondenci jest kopalnia krzemienia pasiastego – widząc te atrakcje badani wykazywali zainteresowanie wyjazdem i obejrzeniem kopalni „na żywo”.



# Reklama „Archeo – Geo”

Reklama jest pozytywnie oceniana – zajmuje drugie lub trzecie miejsce w rankingu ocenianych. Badani oczekują, że zobaczą ją w TV lub w kinie.

- *„To fajny pomysł na reklamę – żeby pokazać wszystko jako szlak. Bo nie musimy robić planu swojego na wyjazd, tylko możemy sobie wybrać co nas interesuje, mamy pokazane całe spektrum. Fajnie Jaskinia Raj jest pokazana” [Katowice]*
- *„Jak dla mnie bardzo sympatyczna. Zachęca. Ciekawie zrobiona, pokazująca kilka fajnych rzeczy: jaskinia, czarownice, zamki.” [Lublin]*
- *„Przyciąga ten klip, jest fajnie zmontowany.” [Warszawa]*



# Reklama „Poleć na narty”

- Turystyka narciarska była powszechna wśród respondentów z Warszawy i Katowic, najmniej popularna w Lublinie.
- Warszawiacy podkreślali, że nie braliby pod uwagę wyjazdu narciarskiego w świętokrzyskie ze względu na „słabe stoki” (tzn. niezbyt długie, wąskie, mało popularne). Katowicczanie natomiast twierdzili, że ich baza wypadowa to Wisła albo Szczyrk, a nie świętokrzyskie. Wśród mieszkańców Lublina, którzy brali udział w badaniu nie było żadnego narciarza.
- Badani przyznali, że reklama nie jest dla nich zachęcająca – informacje o tym, że świętokrzyskie jest rejonem narciarskim wydają się mało wiarygodne.



# Reklama „Poleć na narty”

- Reklama została najgorzej przyjęta przez respondentów z Warszawy.
  - „Fatalnie wyglądają te stoki – od razu widać, że są małe. Nie pojechałbym tam.” [Warszawa]
  - „Nie zainteresuje to kogoś, kto tego sportu nie uprawia.” [Lublin]
  - „To może zachęcić tylko wtedy jakby u nas (Katowice) był jakiś duży tłok. Ale tak to nie wygląda na jakieś porządne stoki.” [Katowice]
  - „Wydają się te stoki strasznie niskie. Po takiej reklamie bym nie pojechał. Szczerze mówiąc klip o tym, że ktoś jeździ można w Szczytliwicach nakręcić. Świętokrzyskie nie kojarzyło mi się z nartami” [Warszawa]





# Ojciec Mateusz

- Serial „Ojciec Mateusz” cieszy się największą popularnością wśród mieszkańców Lublina, nieco mniejszą wśród mieszkańców Katowic i Warszawy.
- Wszyscy respondenci mają świadomość, że serial toczy się w Sandomierzu, a głównym miejscem akcji jest sandomierski rynek.
- Pomysł kręcenia serialu w tym mieście jest oceniany bardzo pozytywnie. Respondenci podkreślają, że:
  - Oglądanie atrakcyjnych miejsc w serialu zachęca do odwiedzenia tych miast osobiście (rozbudza ciekawość, pokazuje atrakcyjne miejsca)
  - Fakt, że akcja danego serialu toczy się w danym regionie napędza tzw. turystykę serialową. Respondenci spontanicznie przywołują istnienie takiego zjawiska w odniesieniu do innych seriali (np. „Ranczo”)
    - *„Jest duża grupa ludzi, która jeździ zobaczyć na żywo, gdzie ten serial był kręcony. Na przykład „Ranczo” – ludzie jeżdżą zobaczyć tę ławeczkę, sklep, kościół, fotografują się tam, zamieszczają zdjęcia na fejsie.” [Warszawa]*
- Trzeba przyznać, że poza starówką sandomierską badani nie potrafią wymienić innych miejsc, w których toczyła się akcja serialu. Pamiętają ogólnie, że były to „atrakcyjne okolice”, „malownicza przyroda”. Wszyscy pamiętają natomiast, że w serialu pojawia się informacja o tym, że serial jest sponsorowany przez województwo świętokrzyskie.
- Promocja regionu w serialu jest bardzo dobrze przyjmowana – respondenci są zdania, że taka forma reklamy jest naturalna, nienachalna i bardzo zachęcająca.
- Oczekują natomiast, że w serialu pojawi się więcej miejsc charakterystycznych dla regionu, np. akcja odcinka odbywa się w całości w innej turystycznej miejscowości.

# Ojciec Mateusz

- *„Ja byłam w Górach Świętokrzyskich i byłam w Sandomierzu, dzięki właśnie obejrzeniu Ojca Mateusza. Przyznam się, tak mnie zafascynował Sandomierz po tym serialu, że tam pojechałam.” [Warszawa]*
- *„Tam się wiecznie przewija ten rynek albo kościółek. Ładnie jest pokazany Sandomierz.” [Lublin]*
- *„Oprócz starówki to tam jest niewiele do zobaczenia. Ja byłem zaskoczony tym, że z serialu wynikało, że jest to bardzo rozległa, duża starówka.” [Lublin]*





# OCENA MATERIAŁÓW DRUKOWANYCH

# Świętokrzyskie czaruje w 3D

- Wszyscy respondenci bardzo pozytywnie odebrali tę publikację.
- Wielu zadeklarowało, że chętnie wzięłoby taki materiał do domu, aby oglądać zabytki, które warto zobaczyć na żywo.
- Pomysł zastosowania okularów 3d do publikacji reklamowej uznano za bardzo atrakcyjny, oryginalny pomysł.



- *„Zdjęcia są piękne. Wrażenia są niezłe.”*  
[Lublin]
- *„To jest świetne, pierwszy raz coś takiego widzę. Rewelacja.”* [Warszawa]
- *„Mi się podoba ten pomysł z okularami. Forma przekazu jest bardzo fajna.”*  
[Katowice]
- *„To powinno być dostępne w informacji turystycznej.”* [Katowice]
- *„Przestrzeń, jakby się tam było, chce się wejść do środka. Zachęca bardzo.”*  
[Lublin]

# Bajki świętokrzyskie

- Książka z bajkami wzbudziła bardzo pozytywną reakcję rodziców najmłodszych dzieci (od 2 do 6 lat). Również rodzice starszych dzieci (6 – 10 lat) twierdzili, że publikacja o charakterze bajek czy legend byłaby dużą atrakcją dla ich dzieci. Oni sami, jako inicjatorzy wyjazdów rodzinnych dobrze się czują mogąc wstępnie zaciekawić dziecko do wyjazdu atrakcyjną książką, a następnie utrwalić wiedzę o odwiedzanych miejscach.
- Format książki, twarde okładki i kolorowe ilustracje zostały bardzo dobrze odebrane przez badanych.
- Wielu respondentów przyznaje, że chętnie kupi taką książkę w prezencie z podróży.



- *„Zawsze wracając trzeba coś kupić dzieciom w rodzinie, lepiej kupić taką książkę niż na przykład ciupagę”.  
[Warszawa]*
- *„Ogólnie fajne, bo to co dzieci zobaczą na żywo to mogą zobaczyć w bajce. I fajna pamiątka na przyszłość, że jak przyjedzie to może pokazać z tej książeczki - tam byłam.” [Katowice]*

# Bajki świętokrzyskie

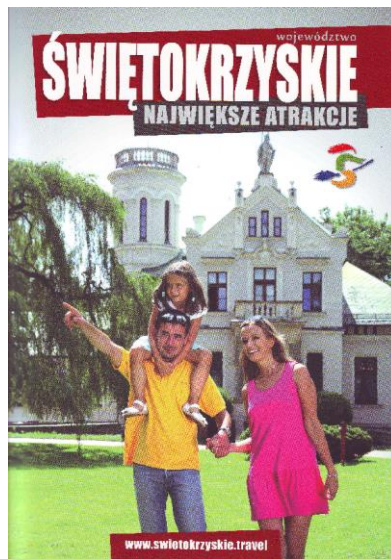


Spośród wszystkich testowanych materiałów drukowanych „Bajki” były oceniane jako najbardziej przydatne i najciekawsze dla najmłodszych.

- *„Jeśli rodzice dzieciom czytają i dziecko zna klimat takiej książki papierowej to będzie świetny pomysł na prezent. Będzie chciało zobaczyć odzwierciedlenie tych bajek i gdzieś pojechać.” [Lublin]*
- *„Wszystko jest fajnie pokazane. Twarde okładki. To powinno być dostępne w księgarniach, przedszkolach, bibliotekach dla dzieci.” [Lublin]*
- *„Mi to się wydaje, że to jest dobra książeczka, jak się jedzie samochodem, żeby dać dziecku.”*
- *„To ma znaczenie czy ona by była bezpłatnie do promowania czy do kupienia. Natomiast bardzo fajne miejsce to są przedszkola. Rozprawdanie po przedszkolach, w szkołach, w młodszych klasach, dlatego że moje dziecko przynosi i zobacz jakie fajne atrakcje, może rzeczywiście się przejedziemy, bo o pewnych rzeczach nawet nie wiem.” [Warszawa]*

# Świątokrzyskie – największe atrakcje

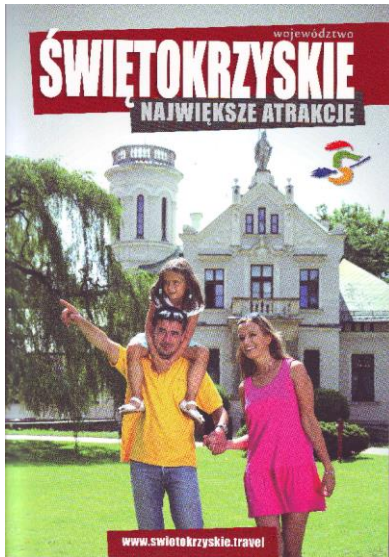
- Ta publikacja spotkała się z ogromnym zainteresowaniem.
- Respondenci doceniali przede wszystkim:
  - Atrakcyjne zdjęcia
  - Dobrą kompozycję tekstu oraz zdjęć (duże zdjęcia, zachęcający tekst)
- Większe kontrowersje wzbudzał format A4 – wielu respondentów uważało, że tak duży format sprawia, że materiał będzie „nie do noszenia”, że pozostawią go w domu. Inni zaś doceniali wielkość A4 jako pozwalającą na atrakcyjne wyeksponowanie zdjęć i potrzebnych informacji.



- „To jest super wydawnictwo. Powinno być w każdym pokoju w pensjonacie albo przynajmniej gdzieś na recepcji, a w hotelu to już obowiązkowo.” [Katowice]
- „Zauważyłam nagłówki tematycznie poukładane, to też fajne, np. dzisiaj chcemy to robić i pójść w tym kierunku.” [Lublin]
- „Ogólnie fajnie, że jest to podzielone na grupy - mamy zamki, tradycje.” [Katowice]
- „Ja bym chciała coś takiego dostać jakbym się tam wybierała. Do skrzynek by mogli wrzucać na przykład. A myślę, że kosztowo to wyszłoby tyle ile reklama w telewizji.” [Warszawa]

# Świętokrzyskie – największe atrakcje

- Część badanych jest zdania, że wydawnictwo powinno:
  - Zmienić format na nieco mniejszy – łatwiejszy do przechowywania
  - Dodać spis treści na początku
  - Zamieścić rekomendacje co do noclegów
  - Zamieścić informacje o datach imprez regionalnych



- *„Forma fajna, tylko z rozmiarem przesadzili.” [Katowice]*
- *„Przydałby się taki skorowidz, spis tego wszystkiego na boku strony, w jednym miejscu, żeby było wiadomo gdzie czego szukać.” [Lublin]*
- *„Moim zdaniem trzeba zmienić formę, nie odpowiada mi tak duże wydanie, mogłoby być mniejsze. I przydałyby się rekomendacje do noclegów.” [Warszawa]*
- *„Tu powinna być jeszcze zawarta informacja kiedy się odbywają te imprezy, to też by było fajne.” [Lublin]*



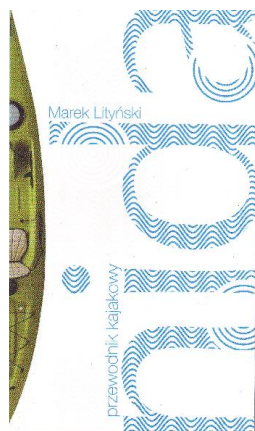
- Wśród respondentów, tylko pojedyncze osoby były rzeczywiście zainteresowane turystyką kajakową. Pomimo to - sama publikacja została bardzo entuzjastycznie przyjęta.
- Po formacie książki spodziewano się zdawkowych informacji, tymczasem publikacja zaskoczyła dużą ilością szczegółowych i przydatnych treści, takich jak:
  - Mapy
  - Konkretnie propozycje tras
  - Miejsca noclegowe
  - Gastronomia
- Badani przyznawali, że publikacja wzbudza chęć wyjazdu kajakowego w świętokrzyskie – czuli się zachęcani treścią i zawartością.
- Format książki jest idealny do zabrania ze sobą w podróż.
  - *„Mapki z tyłu danej rzeki – bardzo fajnie są zrobione.”*
  - *„Sama książeczka ma dobry format – łatwo schować do torby.”*  
[Lublin]
  - *„Ekstra, ja go zabieram. Bardzo fajna rzecz z całą bazą noclegową, restauracje.”* [Warszawa]
  - *„To powinno być w jakiś takich turystycznych punktach, informacja turystyczna, muzea, w restauracjach, które są tu wymienione, w sklepach z kajakami, w wypożyczalniach kajaków.”* [Warszawa]



Wydawnictwo jest, zdaniem badanych, przeznaczone do młodzieży i dorosłych. Ze względu na charakter turystyki kajakowej – wyklucza rodziny z najmłodszymi dziećmi.

Niektórzy respondenci oczekują podobnych wydawnictw dotyczących turystyki rowerowej czy pieszej. Podobny format, ilość informacji, a także zdjęć byłby idealny także dla promowania tych szlaków.

Jedyną sugestią dotyczącą oprawy graficznej wydawnictwa jest przesunięcie zdjęć ze środka książki na jej brzeg (dla poprawienia ich widoczności).



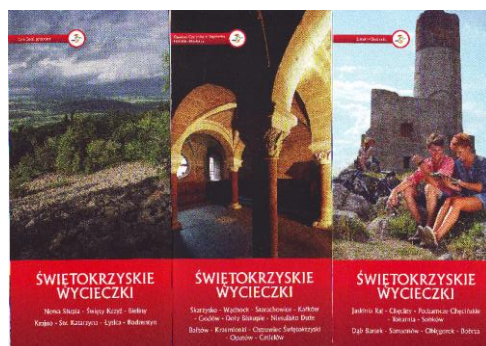
- *„Zdjęcia nie powinny być na środku tylko po prawej stronie, bo nic nie widać.” [Katowice]*
- *„Dodałbym dodatkowo jeszcze ścieżki rowerowe, szlaki.” [Warszawa]*

# Ulotki

- Respondenci twierdzili, że ulotki są najmniej atrakcyjną spośród wszystkich form publikacji, jakie były oceniane.
- Zdecydowanie wolą bardziej obszerne, bogate w informacje publikacje – książki, foldery.
- Treść ulotek była oceniana pozytywnie – wyczerpująca i bogata.
- Nieduży format sprawia, że będą „noszone ze sobą” podczas podróży, jednak nie zostaną zabrane do domu.



- „W ulotkach chodzi o to, żeby tylko smaku narobić, a na miejscu to sobie sam zorganizujesz i sobie informacje zdobędziesz.” [Lublin]
- „Powinny być dostępne w takich miejscach jak: hotele, biblioteki, restauracje, gdzieś na miejscu”. [Lublin]





# **WNIOSKI I REKOMENDACJE**

# Wnioski

## Popularność i wizerunek

- Aktywni turystycznie Polacy najczęściej wybierają jako cel swoich krótkich wyjazdów weekendowych regiony nadmorskie: województwo Pomorskie i Zachodniopomorskie oraz Małopolskę.
- W ciągu ostatnich 2 lat województwo Świętokrzyskie odwiedziło 10% badanych.
- **Wizerunek województw Świętokrzyskiego jako regionu turystycznego jest bardzo dobry a potencjał wysoki:**
  - ✓ Ogólna ocena atrakcji turystycznych w regionie Świętokrzyskim jest bardzo pozytywna. Szczególnie dobre nastawienie mają osoby, które w ciągu ostatnich 2 lat odwiedziły te rejony turystycznie.
  - ✓ Blisko 8 na 10 badanych wzięłoby pod uwagę ten region jako cel na wyjazd weekendowy.

# Wnioski

## Formy turystyki i styk z kampanią

- **Województwo Świętokrzyskie = Góry Świętokrzyskie + zabytki**
  - ✓ Góry Świętokrzyskie, piękno krajobrazu oraz zabytki i atrakcje to główne powody, dla których badani rozważaliby odwiedzenie województwa Świętokrzyskiego. Zwracano również uwagę na walory przyrodnicze regionu.
  - ✓ Główne formy turystyki związane z regionem Świętokrzyskim to zwiedzanie zabytków oraz turystyka piesza. Wśród osób, które odwiedziły województwo Świętokrzyskie silną pozycję zajmowała również turystyka rodzinna.

### **Dobry kontakt z kampanią promocyjną**

- ✓ 1 na 3 badanych miał styczność z kampanią promocyjną województwa Świętokrzyskiego – najczęściej poprzez telewizję i internet.
- ✓ Coraz więcej osób kojarzy województwo Świętokrzyskie z Sabatem Czarownic oraz Sandomierzem – ponad 50% właściwych przypisań. Wydaje się, iż może mieć to związek z niebezpośrednią promocją regionu w telewizji poprzez serial „Ojciec Mateusz” (Sandomierz) oraz koncert „Sabat Czarownic”, które są kojarzone z regionem Świętokrzyskim przez połowę badanych.

# Wnioski

## Badanie jakościowe

Na podstawie wyników badania można stwierdzić, że zdecydowana większość materiałów reklamowych została oceniona pozytywnie, lub wręcz entuzjastycznie:

- Świętokrzyskie czaruje w 3D – oryginalna publikacja, która rozbudza wyobraźnię i zachęca do obejrzenia przedstawianych widoków na żywo.
- Bajki świętokrzyskie – bardzo atrakcyjne dla dzieci – zarówno jako prezent z podróży, jak i książka zachęcająca do wyjazdu w te okolice.
- Świętokrzyskie największe atrakcje – bardzo dobrze skomponowana graficznie.
- Nida – praktyczny przewodnik, ciekawy nie tylko dla kajakarzy.
- Należy w tym miejscu podkreślić, że ulotki są gorzej oceniane nie ze względu na gorszą treść czy zdjęcia, ale ze względu na ich formę.
- **Wszystkie materiały drukowane są dla potencjalnych turystów istotne w planowaniu podróży do konkretnego regionu. Dlatego rekomendujemy ich dystrybucję również poza regionem – np. w punktach Informacji Turystycznej.**

# Wnioski

## Badanie jakościowe

Bardzo pozytywnie oceniano także działania promocyjne:

- Serial Ojciec Mateusz- pokazuje zabytki Sandomierza; w nienachalny sposób promuje województwo świętokrzyskie.
- Spośród testowanych reklam pozytywnie oceniono 3 spoty:
- Spot „Świętokrzyskie czaruje” – uznany za najbardziej atrakcyjny przez większość badanych. Dynamiczny, nowoczesny, promujący region w oryginalny sposób.
- Spot „5 min” – również bardzo atrakcyjny (najlepszy dla badanych z Katowic), ukazujący dużą ilość atrakcji.
- Spot „Archeo Geo” – dynamiczny, bardzo atrakcyjny wizualnie, zachęcający.
- **Rekomendujemy rozważenie emisji najlepszych spotów (lub ich skróconej wersji) w dystrybucji kinowej. Pomysł ten pojawia się spontanicznie u badanych jako najlepsze miejsce do obejrzenia reklam regionu.**
- **Sugerujemy także zintensyfikowanie działań reklamowych w internecie – reklamy regionu świętokrzyskiego mogłyby pojawiać się nie tylko na dedykowanych stronach regionu, ale także na portalach informacyjnych.**
- **Spot promujący turystykę narciarską jest oceniany gorzej – ta forma aktywności jest mniej kojarzona ze świętokrzyskim niż atrakcje w pozostałych spotach.**



# Wnioski

## Badanie jakościowe

Pozytywnie oceniano także wydarzenia organizowane w świętokrzyskim:

- Dymarki świętokrzyskie (wyjątkowo atrakcyjne, promujące wiedzę archeologiczną)
  - Sabat Czarownic (ciekawe, atrakcyjne, choć lepiej, aby miało formę kilkudniowego pikniku, a nie koncertu)
  - Międzynarodowy Festiwal Kultury Dziecięcej w Pacanowie (bardzo atrakcyjny dla dzieci i ich rodziców)
  - A także – Europejskie Zawody Łazików Marsjańskich (trafiają do chłopców i ich ojców).
- 
- **Rekomendujemy dalsze działania promocyjne skoncentrowane wokół najlepiej ocenianych wydarzeń.**
  - **Inne wydarzenia, takie jak: Festiwal Filmów – Spotkań NieZwykłych w Sandomierzu, Harcerski Festiwal Kultury Młodzieży Szkolnej – również były pozytywnie przyjmowane, choć oceniane jako niszowe atrakcje dla wąskiego grona odbiorców. Warto jednak kontynuować ich organizację ze względu na aspekt krzewienia kultury.**