

31 sierpnia 2015



Kampania promocyjna przyniosła efekty

Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego podsumowała, trwający od 2011 roku, unijny projekt „Turystyczna promocja Regionu Świętokrzyskiego poprzez produkcje audiowizualne, PR, reklamę oraz inne nowoczesne instrumenty i narzędzia”. - Większość najważniejszych świętokrzyskich wydarzeń artystycznych transmitowanych przez Telewizję Polską, w tym kolejne edycje Sabatu Czarownic i Kabaretowe Wakacje z Duchami, powstało właśnie dzięki temu projektowi - informuje prezes ROT WŚ Jacek Kowalczyk.

„Turystyczna promocja...” to, jak do tej pory, największy unijny projekt, w ramach którego ROT realizowała działania promocyjne. Było to przede wszystkim pięć wielkich kampanii w roku 2012, 2013 oraz 2014. Reklamowano, między innymi, turystykę zimową w regionie, wyprodukowano i wyemitowano spot reklamujący świętokrzyskie miejsca mocy na przykładzie Pustelni Złotego Lasu w Rytwianach, promowano turystykę aktywną i uzdrowską w kampanii realizowanej przez Telewizję Polsat. W TVN emitowany był spot reklamowy zatytułowany „Świętokrzyskie Czaruje”, który przez wiele lat uznawany był przez telewizję za wzorcowy i pokazywany innym klientom.

- W Programie Drugim Telewizji Polskiej emitowaliśmy billboardy sponsorskie przy programie „Bitwa na Głosy”, który wygrała drużyna Andrzej Piasecznego. Zrealizowaliśmy także spot reklamowy i kampanię promocyjną, promującą świętokrzyską gospodarkę w oparciu o dokonania Specjalnej Strefy Ekonomicznej Starachowice - mówi dyrektor biura ROT WŚ, **Małgorzata Wilk - Grzywna**.

- Specjalnie na wystawy targowe oraz pozostałe eventy udało nam się skonstruować nowe mobilne stoisko Targowe oraz mobilne kino 5D. Obie nasze magiczne kapsuły robią prawdziwą furorę w całej Polsce, a do kina zawsze ustawiają się długie kolejki. Co więcej, z kapsuły zaczęli także korzystać nasi członkowie, głównie samorządy, które w tamtym roku kilkanaście razy zabrały nasze kino na ważne wydarzenia promocyjne - dodaje specjalista ds. organizacyjnych i monitoringu **Anna Mandziuk**.

Oprócz telewizyjnych kampanii reklamowych był to również druk ponad 93 tysięcy egzemplarzy różnego rodzaju wydawnictw: przewodników, map i folderów turystycznych, które były bezpłatnie rozdawane w centrach i punktach informacji turystycznych na terenie województwa, ale także podczas targów i eventów w całej Polsce. Łączna wartość projektu to ponad 10 milionów złotych.

- Pozyskanie tych pieniędzy nie byłoby możliwe, gdyby nie istotne wsparcie Urzędu Marszałkowskiego w Kielcach. Tak zwany wkład własny do projektu pozyskaliśmy przede wszystkim ze składki tej instytucji - podsumowuje dyrektor biura ROT WŚ, **Małgorzata Wilk - Grzywna**.

- Nasza promocja jest skuteczna, bo przychody z turystyki w regionie są coraz większe. Pokazują to statystyki. O 19,18 procenta wzrosła liczba sprzedanych noclegów w świętokrzyskich hotelach w latach 2011 - 2015 licząc do pierwszej połowy roku - mówi dyrektor ROT WŚ **Jacek Kowalczyk**.

Najnowsze wyniki badań wizerunkowych mówią, że trzy czwarte badanych wzięłoby pod

uwagę województwa świętokrzyskie jako cel wyjazdu weekendowego, w tym co czwarty badany wzięłoby je pod uwagę na pewno. 61 procent respondentów odpowiedziało, że najbardziej rozpoznawalną atrakcją turystyczną jest Sabat Czarownic. Na drugim miejscu znalazł się Sandomierz (56 procent), a na trzecim Święty Krzyż (49 procent).

