

22 marca 2019



## Turystyka w Polsce i na Węgrzech - motorem rozwoju regionów

**O różnorodnych doświadczeniach w kreowaniu branży turystycznej, metodach na promowanie atrakcji, dyskutują uczestnicy konferencji ph. „Różne oblicza promocji turystycznej w Polsce i na Węgrzech - dobre praktyki”, która odbywa się dziś w Filharmonii Świętokrzyskiej w Kielcach. W wydarzeniu, organizowanym w ramach tegorocznych Dni Przyjaźni Polsko - Węgierskiej, biorą udział Mariusz Gosek, członek Zarządu Województwa oraz delegacja ze współpracującego z naszym regionem Komitatu Komárom - Esztergom na Węgrzech.**

W konferencji uczestniczą samorządowcy z Polski i Węgier, reprezentanci placówek dyplomatycznych oraz przedstawiciele węgierskiej i polskiej branży turystycznej.

- To znakomita okazja do podzielenia się spostrzeżeniami na temat rozwoju turystycznego obu krajów, jak również regionu świętokrzyskiego i Komitatu Komárom - Esztergom. Nasze województwo ma wiele do zaoferowania. Zamki w Chęcinach i w Sandomierzu, Europejskie

Centrum Bajki w Pacanowie, Święty Krzyż, jak również wykreowane przez prywatnych przedsiębiorców produkty turystyczne mogą stać się ciekawym celem podróży nie tylko dla Polaków. Mocno stawiamy na rozwój turystyki uzdrowiskowej – Busko-Zdrój, Solec-Zdrój i mam nadzieję, że niebawem Kazimierza Wielka, staną się wiodącymi i chętnie odwiedzanymi przez kuracjuszy z Europy i świata miejscowościami. Wierzę, że wymiana doświadczeń z naszymi kolegami z Węgier przyniesie wymierne korzyści w postaci jeszcze ciekawszych pomysłów na popularyzowanie świętokrzyskiej turystyki – stwierdza **Mariusz Gosek**, członek Zarządu Województwa Świętokrzyskiego.

**Adam Gąsior**, redaktor naczelny portalu [www.waszaturystyka.pl](http://www.waszaturystyka.pl) podkreśla, że w ciągu dwudziestu lat Świętokrzyskie uczyniło milowy krok w promowaniu swoich walorów. – Nie ma morza, jezior, ogromnych środków finansowych, natomiast jest modelowym przykładem doskonałego wykorzystania informacji turystycznej w reklamowaniu swoich atrakcji. Lokalne i regionalne organizacje wykonały doskonałą pracę. To przykład, żeby robić swoje, tworzyć i popularyzować produkty turystyczne, bo nikt nie przyjedzie do najpiękniejszego na świecie miasta, jeśli nie będzie miało nic do zaoferowania – zaznacza Adam Gąsior.

W trakcie konferencji zaplanowano prelekcję Darii Malickiej z Uniwersytetu Jana Kochanowskiego o trendach nowoczesnej promocji w turystyce. Burmistrz węgierskiego Veszprem opowie o wpływie turystyki kulturowej na rozwój miasta, natomiast Bożena Balogh, dyrektor Biura Turystycznego VITAL z Warszawy i touroperator węgierski, przedstawi turystykę jako kluczowy sektor gospodarki Węgier oraz sposoby na rozwój i skuteczny marketing.

Głównym punktem seminarium będzie debata o nowoczesnych metodach promocji miast z udziałem: Jacka Kowalczyka, prezesa Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego, Agnieszki Sikorskiej, dyrektor Śląskiej Organizacji Turystycznej, Wioli Samborskiej, byłej dyrektor Biura Promocji Miasta i Turystyki Urzędu Miasta we Wrocławiu. Druga część spotkania poświęcona będzie produktowi turystycznemu. O tym, czym produkt turystyczny jest w teorii i w praktyce opowie Małgorzata Wilk-Grzywna, dyrektor Biura Zarządu Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego. Model współpracy i promocji markowego produktu turystycznego na przykładzie Jury Krakowsko-Częstochowskiej zaprezentuje Robert Nieroda, dyrektor biura Związku Gmin Jurajskich Szlak Orlich Gniazd. Na zakończenie uczestnicy wysłuchają Andrzeja Olszewskiego, założyciela Żywego Muzeum Piernika w Toruniu, który przedstawi model promocji swojej placówki opartej na jakości.

## Galeria zdjęć



