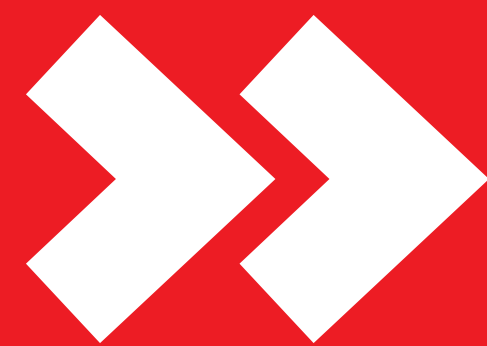




**POLSKIE
REGIONY**

#PolskieWakacje

RAPORT»»



Polskie Wakacje.
PODSUMOWANIE KAMPANII

- **8000 przejechanych kilometrów**
- **16 odwiedzonych województw**
- **16 vlogów, tysiące zdjęć –
to wynik kampanii Polskie Wakacje,
która organizowana była przez
Związek Województw RP
w 2021 i 2022 r.**



Skąd ten pomysł?

Kiedy w 2020 r. wybuchła pandemia koronawirusa, Związek Województw RP postanowił wesprzeć krajową turystykę. Wykorzystując możliwości mediów społecznościowych, z których w tym czasie zaczął korzystać, w okresie wakacyjnym prowadził kampanię „Polskie Wakacje” #PolskieWakacje.

Korzystając z dostępnych materiałów zdjęciowych, ukazywał piękno polskich regionów, zachęcał mieszkańców naszego kraju do spędzenia wakacji w Polsce. Pokazywał kraj od morza po góry. Program wpisywał się w politykę centralną mającą na celu ograniczenie rozprzestrzeniania się koronawirusa oraz pomoc rodzimej branży turystycznej i gastronomicznej. ZWRP stosował specjalnie w tym celu przygotowaną grafikę.

nad morze,
czy w góry?

#POLSKIE REGIONY

— zapraszają na —

#POLSKIE WAKACJE



www.zwrp.pl | znajdź nas



Kontynuacja pomysłu

Ponieważ pandemia się nie zakończyła, a były okresy, gdy rodzima turystyka przeżywała naprawdę trudne momenty, a zagraniczna stanęła pod znakiem zapytania, ZWRP postanowił powrócić do pomysłu promowania krajowej turystyki.

Tym razem jednak na większą skalę, w nieco inny sposób i przy użyciu własnych materiałów zdjęciowo-filmowych.





Kampania Polskie Wakacje z założenia skierowana została do turystów, mieszkańców, rodzin z dziećmi, młodzieży na wakacjach i planującej wakacje, świadomych obywateli regionów i Polski, pragnących mieć wpływ na otaczający ich świat i dokonujących przemyślanych wyborów.

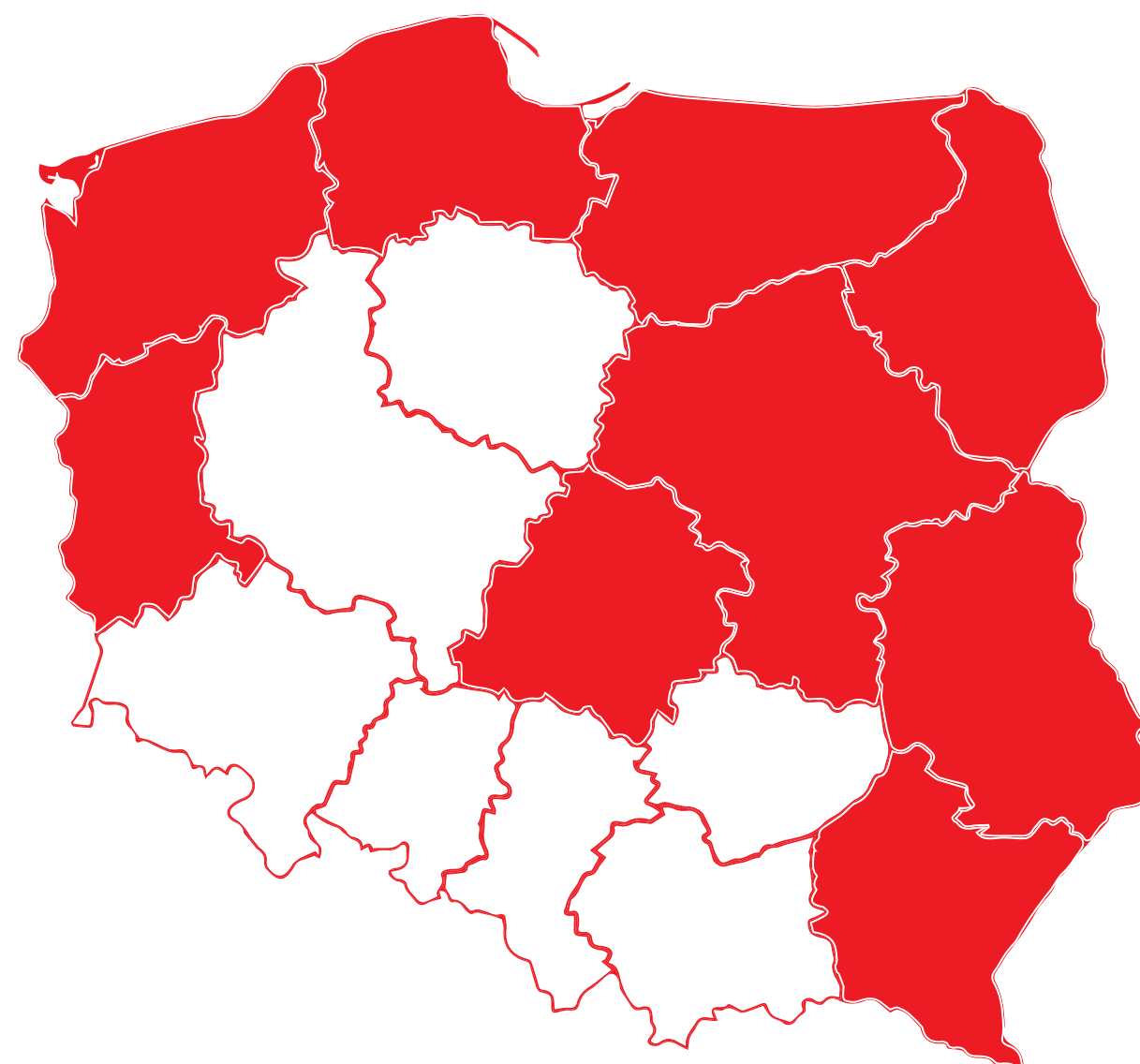
Celami akcji były: promocja urlopów w Polsce, cross marketing, zachęcenie mieszkańców do tzw. *wakacji kieszonkowych*, czyli krótkich form wypoczynku w Polsce.



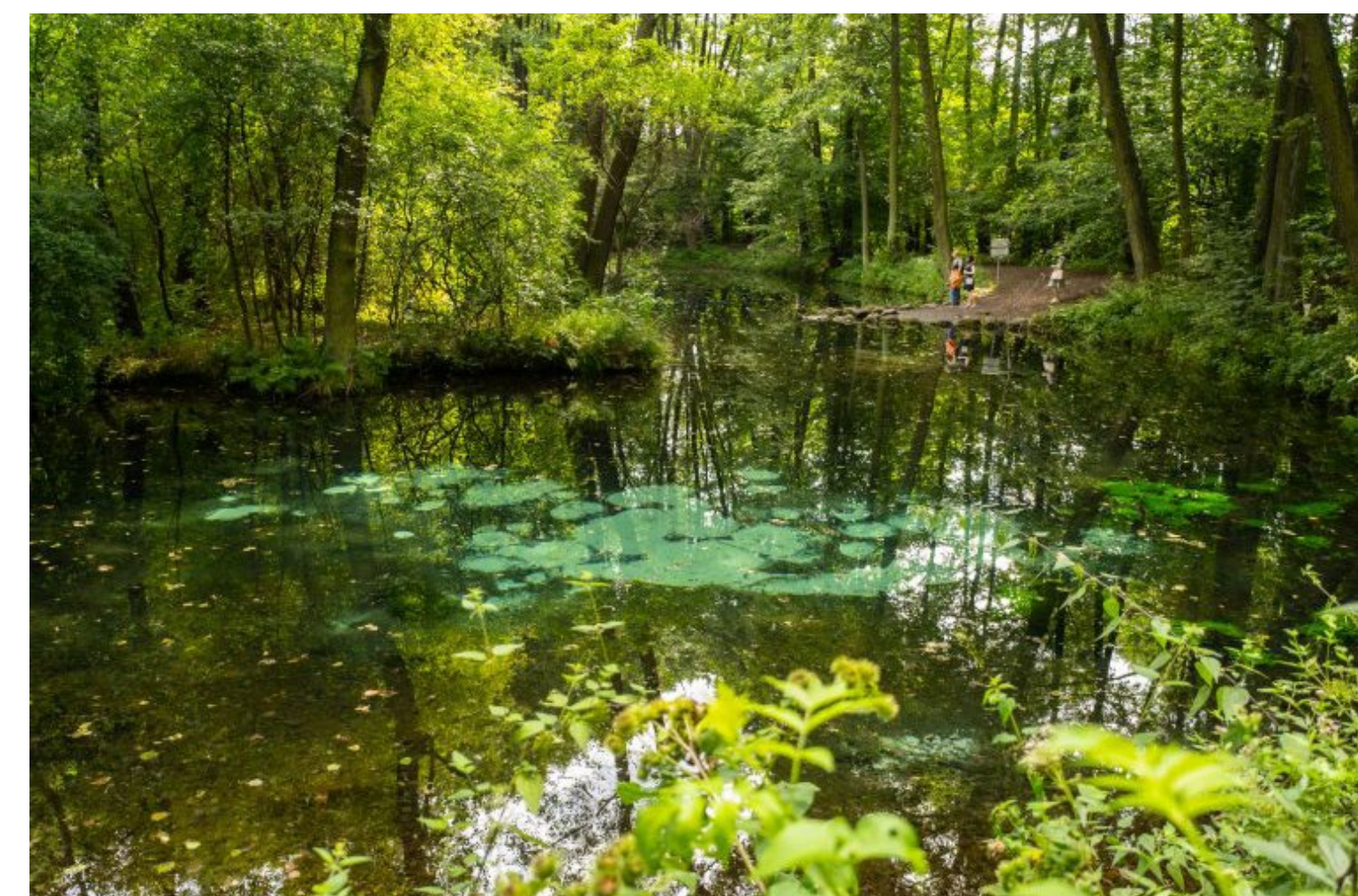
Kampania Polskie Wakacje realizowana była w okresie letnim w roku 2021 i w roku 2022. W jej trakcie odbyły się podróże po całej Polsce, ukazujące piękno i atrakcyjność wszystkich regionów.

W pierwszym roku odwiedziliśmy województwa:

- podkarpackie,
- lubelskie,
- podlaskie,
- warmińsko-mazurskie,
- pomorskie,
- zachodniopomorskie,
- lubuskie,
- mazowieckie
- i łódzkie.



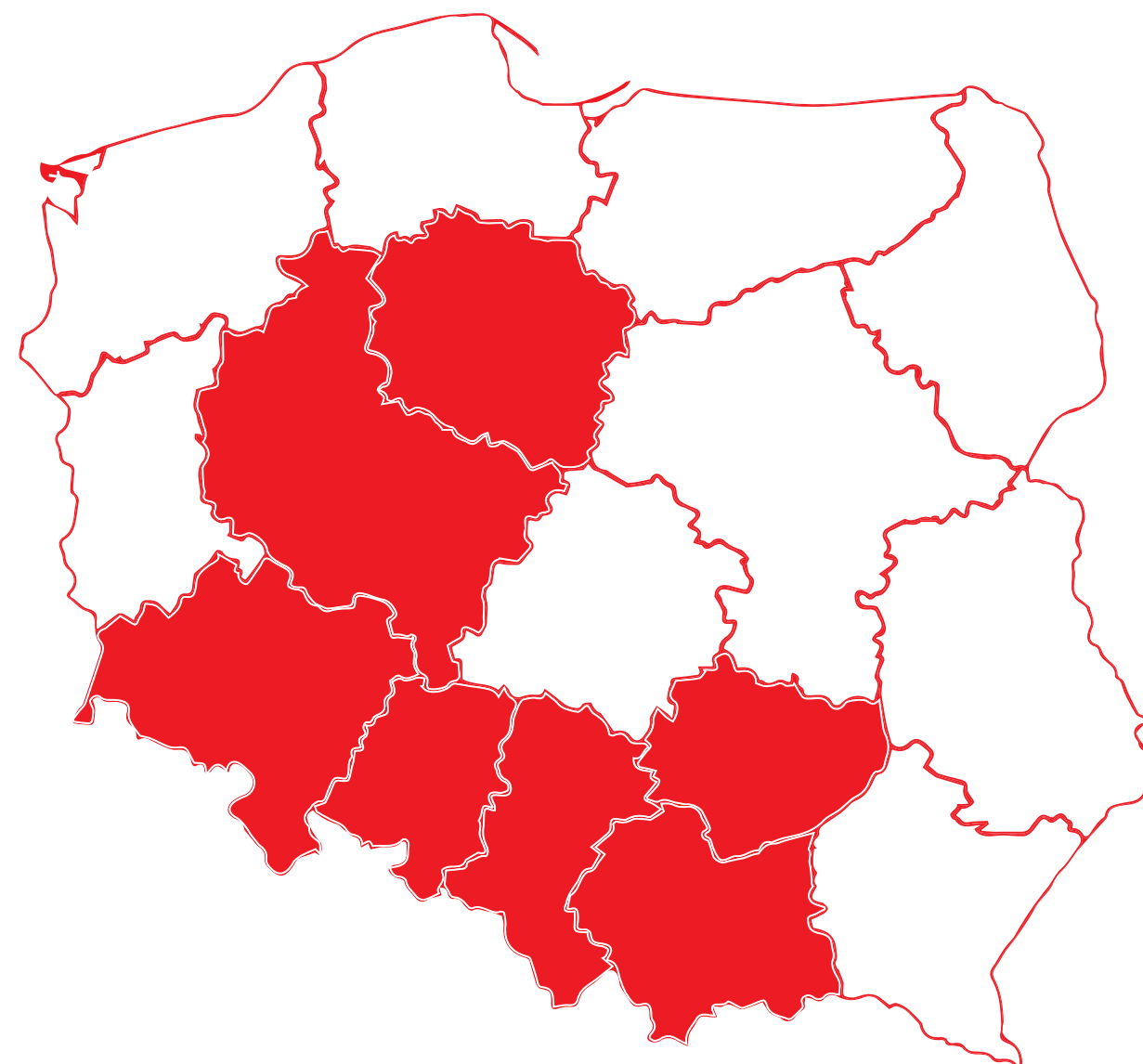
Lublin



Niebieskie źródła, Tomaszów Mazowiecki

W drugim pozostałe, tj.:

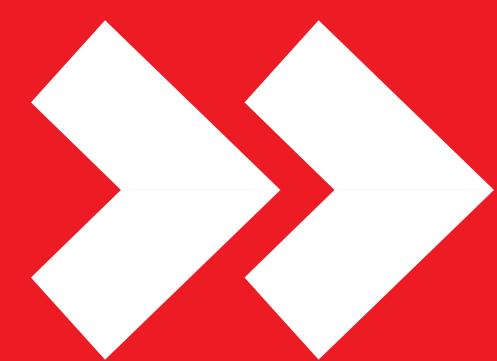
- świętokrzyskie,
- kujawsko-pomorskie,
- dolnośląskie,
- śląskie,
- opolskie,
- małopolskie,
- wielkopolskie.



Ruiny Zamku w Weneć



Kopalnia soli w Kłodawie



Akcję wsparli...



Pałac w Pawłowicach



Żywe Muzeum Piernika w Toruniu

Do współpracy przy realizacji kampanii zaproszone zostały wszystkie samorządy województw, które stały się partnerami akcji. Dzięki ich pomocy i wskazówkom planowane były trasy i spotkania z autorytetami w poszczególnych regionach.

Samorządy wojewódzkie w 2021 r. udostępniały także informacje o naszej kampanii, np. informując o czasie i miejscu rozdawania materiałów promocyjnych.



Sopot, „Monciak” – rozdawanie upominków od partnerów kampanii



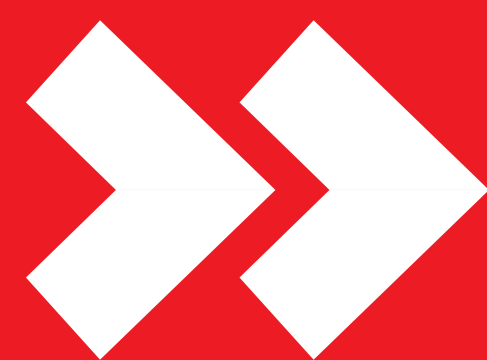
Kampania została objęta patronatem honorowym **Ministerstwa Rozwoju i Technologii** oraz **Polskiej Organizacji Turystycznej**.

Z wielu form wypoczynku można było skorzystać dzięki bonom turystycznym.

Akcję wsparło także **Biuro Programu Niepodległa**, przekazując produkty reklamowe, które były rozdawane na trasie wyjazdowej.

Partnerem kampanii była ponadto **Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego**.

Partnerem kampanii 2021 r. w zakresie transportu była firma **Panek**, która udostępniła swoje samochody.



Realizacja kampanii



www.polskieregiony.pl



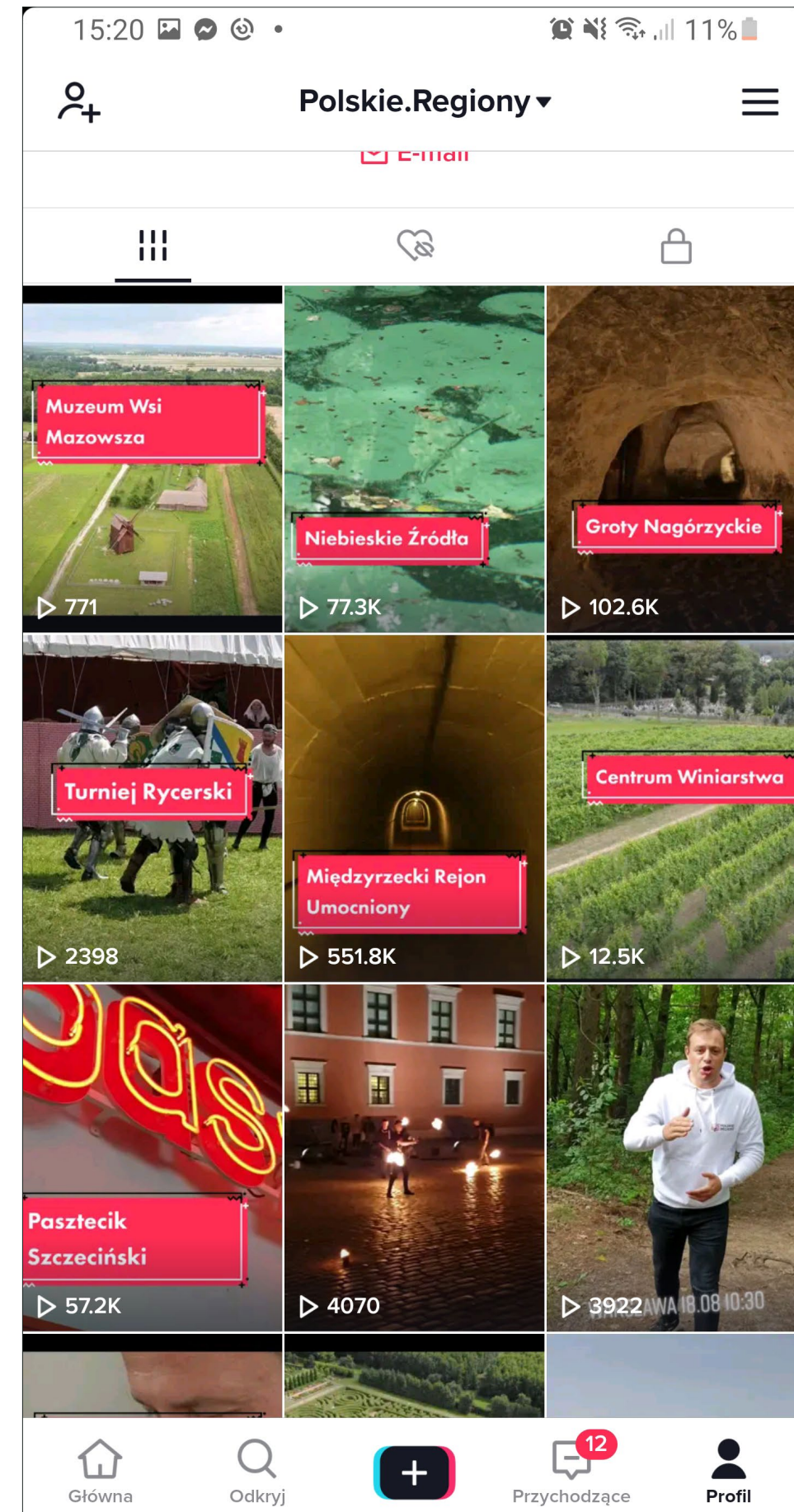
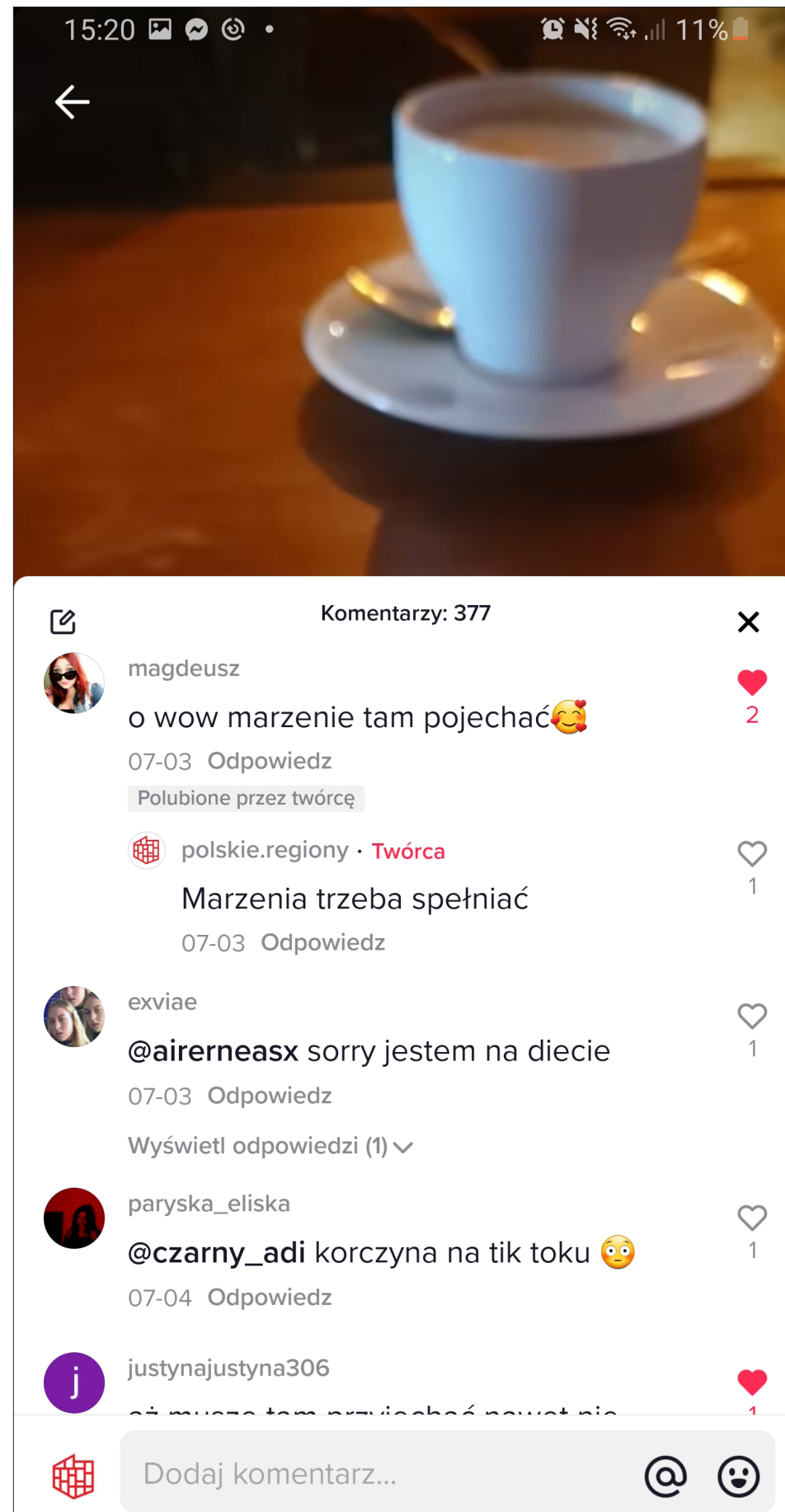
Z marszałkiem województwa pomorskiego Mieczysławem Strukiem rozmawia dyrektor biura ZWRP Jakub Mielczarek

Realizacja kampanii polegała na stworzeniu materiałów reklamowych udostępnianych każdemu z województw. Na każde województwo powstał jeden pełny vlog będący relacją z pobytu, a jeśli była taka możliwość nagrany również był wywiad z przedstawicielem regionu. Dodatkowo tak, jak było założone na początku kampanii, zostały robione relacje zdjęciowe.

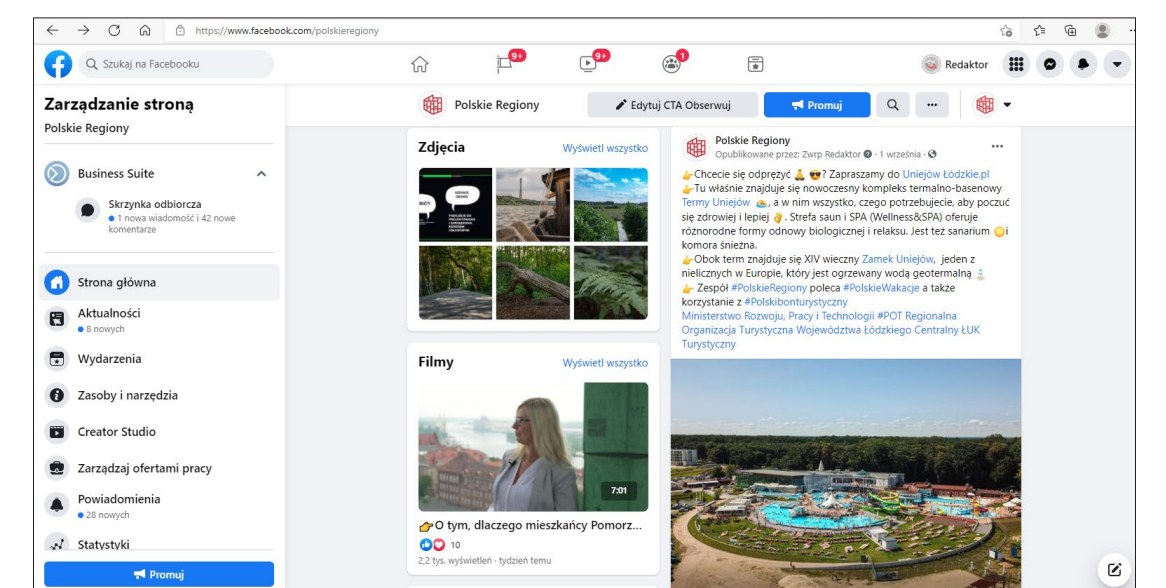
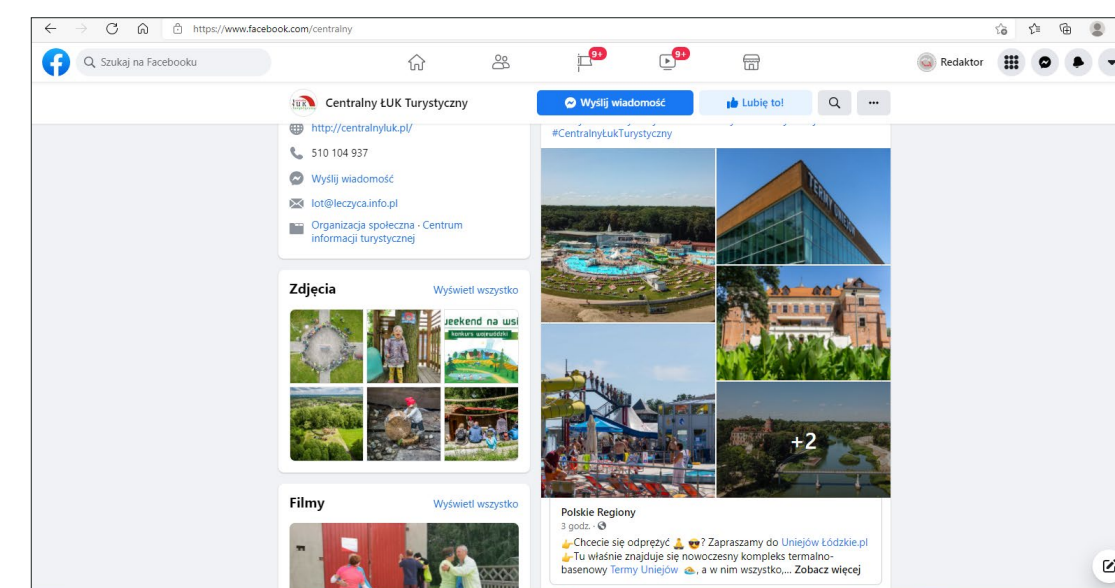
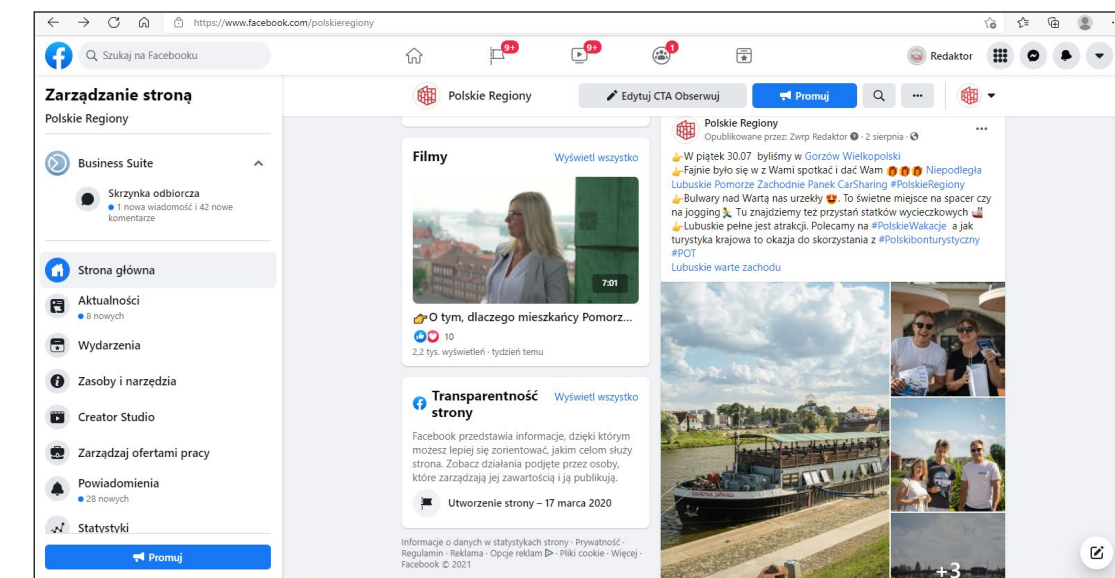


Z wicemarszałkiem województwa podkarpackiego Piotrem Pilchem rozmawia Mateusz Kopij





Powstały krótkie formy na **Tik Tok**.
 Z każdego miejsca były robione relacje na **Instagramie**
 oraz **Facebooku**.
 Relacje z przebiegu kampanii były obecne także na **Twitterze**.





Tik tok wyświetlenia ogólnie

4 103 900

30,5 tys. obserwujących

186,2 tys. polubień



Facebook

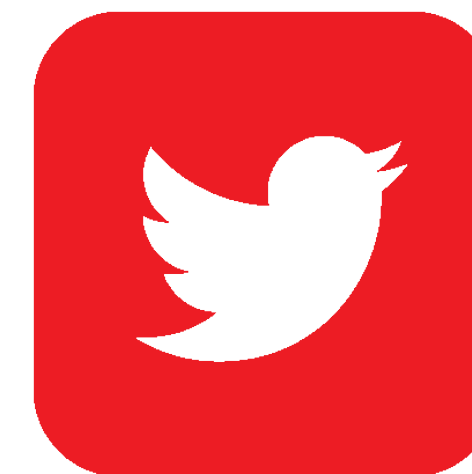
(zasięg organiczny i reklama)

Liczba postów – 94

Wyświetlenia – 1 028 050

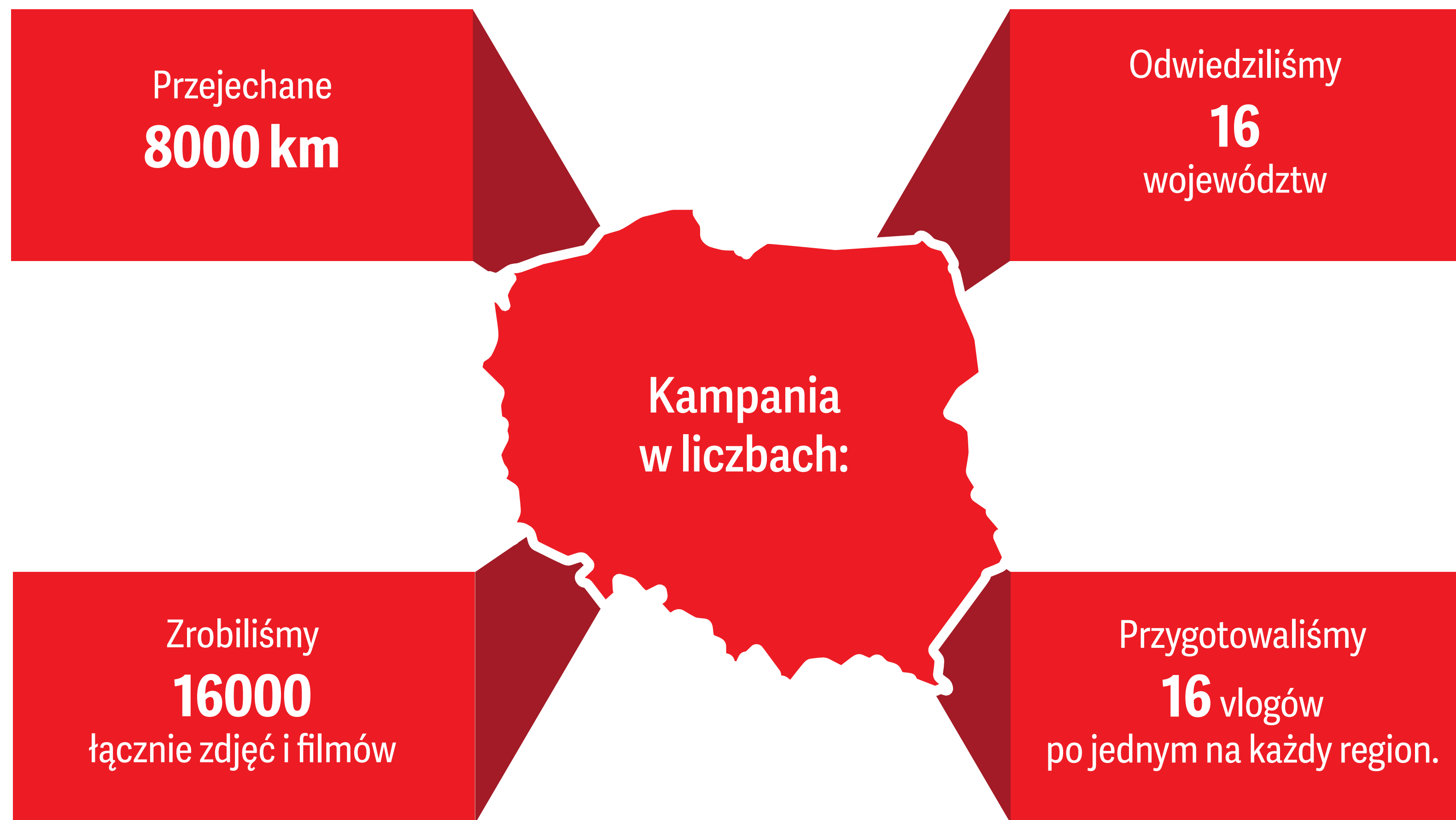
Zasięg – 553 242

Aktywności użytkowników – 2453



Twitter

750 tys. wyświetleń





**POLSKIE
REGIONY**

#PolskieWakacje

RAPORT ➤➤