



**Magiczny
Kraków**

Małopolska - dobrze trafisz!

2012-06-26

Choć Małopolska nie jest bezpośrednią areną piłkarskich rywalizacji, to bogactwo atrakcji i marka Krakowa sprawia, że region liczy się w „grze o turystów”. Jak najlepszemu przyjęciu zagranicznych gości służą m.in. działania podejmowane w ramach Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej (MSIT), oraz kampania promocyjna „WAY TO GO MAŁOPOLSKA, KRAKÓW DOBRZE TRAFISZ!”.

Odwiedzający podczas mistrzostw EURO 2012 Małopolskę cały czas mogą liczyć na wsparcie i pomoc ponad 200 specjalnie przeszkolonych wolontariuszy udzielających turystom niezbędnych informacji. Wielojęzyczni wolontariusze są dostępni na lotnisku w Balicach, na Dworcu Głównym oraz Regionalnym Dworcu Autobusowym (RDA) oraz Wieliczce. Poruszanie się po Krakowie w okresie wzmożonego ruchu ułatwiają turystom specjalne tablice informacyjne ulokowane w centrum miasta.

Zagraniczni goście mogą również zasięgnąć porady wykwalifikowanych informatorów, którzy pomagają w zaplanowaniu wycieczki po regionie. Każdy, kto odwiedzi którąś z jednostek „it” w ramach MSIT i poda hasło MSIT DOBRZE TRAFISZ! Lub MSIT WAY TO GO! otrzyma okolicznościową przypinkę, tzw. button. (akcja zbierania pamiątkowych przypinek potrwa do niedzieli, 1 lipca). Komplet wydawnictw promujących Kraków i Małopolskę otrzymali także dziennikarze, którzy odwiedzili Miejskie Centrum Prasowe na Małym Rynku.

W ramach kampanii „WAY TO GO MAŁOPOLSKA, KRAKÓW DOBRZE TRAFISZ!” prowadzone są działania w internecie i na nośnikach reklamy zewnętrznej. Promocja regionu odbywa się na oficjalnym portalu dedykowanym przybywającym na EURO 2012 – www.polishguide2012.pl oraz w portalach społecznościowych w Anglii, Holandii i we Włoszech. Uruchomiono także nową odsłonę serwisu turystycznego województwa – www.visitmalopolska.pl. Dzięki portalom internauci mają okazję poznać nowy wirtualny wizerunek Małopolski.

W ramach kampanii outdoorowej billboardy oraz plakaty nawiązujące do piłkarskiej tematyki można zobaczyć w województwie małopolskim a także w miastach gromadzących najliczniej fanów futbolu (Warszawa, Gdańsk, Poznań i Wrocław). Kampania realizowana jest przez Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego w partnerstwie z Miastem Kraków, w ramach projektu Małopolski system Informacji Turystycznej, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej. (KM)