Magiczny Kraków

Polskie miasta gotowe na turystów

2020-07-01

Hotele, restauracje i atrakcje turystyczne w całej Polsce przystosowują się do nowych regulacji i wracają do działalności. Polskie miasta biorące udział w kampanii #CityWillWait już nie czekają, a są gotowe na bezpieczne przyjęcie powracających turystów. Dlatego akcja będzie kontynuowana pod hasłem #CityIsReady #JesteśmyGotowi.

Gotowość do bezpiecznego przyjmowania turystów i gości oznacza być albo nie być dla wielu podmiotów branży turystycznej. Ponadto według kwietniowych badań przeprowadzonych na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej (POT), pomimo obecnych ograniczeń, 30 procent Polaków planuje w ciągu nadchodzących tygodni przynajmniej jeden wyjazd o charakterze turystycznym, zawierający nocleg.

Swoje punkty informacji turystycznej dostosowały do nowych rygorów i otworzyły już Gdańsk, Warszawa, Kielce, Kraków, Lublin, Łódź, Sopot, Poznań, Olsztyn oraz Toruń. W tym ostatnim pierwsi goście zagraniczni pojawili się 14 maja i pochodzili z… Meksyku (przebywali w Polsce już od dłuższego czasu).

Dowodzi to, jak istotne jest wsparcie doradcze i promocyjne, którego dostarczają miejskie i metropolitalne lokalne organizacje turystyczne lub odpowiednie wydziały urzędów miast. Jedną z inicjatyw z tej kategorii była akcja #CityWillWait. Pozytywny przekaz i współpraca okazały się kluczem do sukcesu. Każdego dnia w mediach społecznościowych można było oglądać zdjęcia i filmy z charakterystyczną kolorową ramką i hashtagiem. Przypominały mieszkańcom i turystom o najciekawszych miejscach i atrakcjach, które będzie można odwiedzać po łagodzeniu restrykcji związanych z pandemią koronawirusa. Zaczęło się od Gdańska (pomysłodawcy akcji), Łodzi, Poznania i Warszawy. Wkrótce dołączyły Lublin, Olsztyn i Toruń, a niedługo później dołączyły Sopot, Kielce, Opole, Kraków, Szczecin i Gdynia. Dziś to 13 miast – zjednoczonych, wspierających się i działających razem. Dzięki wsparciu mediów informacje o akcji dotarły do 1,4 miliona odbiorców, a do trwającej od początku kwietnia akcji zaczęły dołączać kolejne miasta.

Kampania zyskała także uznanie zagranicą. Znalazła się w katalogu dobrych praktyk „An ECM Guide to Sustainable Recovery”, wydanym przez European Cities Marketing – europejską sieć, zrzeszającą ponad sto miast.

Zainicjowanie procesu odmrażania gospodarki w Polsce skłoniło miasta biorące udział w inicjatywie do jej kontynuacji, jednak pod nowym hasłem #CityIsReady i #JesteśmyGotowi. Tym razem nacisk zostanie położony na promocję już dostępnych atrakcji turystycznych i bezpiecznych form spędzania wolnego czasu w miastach biorących udział w akcji. Przywołane na wstępie badania POT wskazują, że w najbliższym czasie dominować będzie zainteresowanie wypoczynkiem na łonie natury. Jednak warto przypomnieć, że tereny zieleni stanowią około 1/4 powierzchni Poznania i Gdańska. W Toruniu i Olsztynie jest to 30 procent, w Gdyni 47 procent, w Warszawie 42 procent, a rekordzistą jest Sopot z wynikiem 60 procent. Potencjał przyrodniczy wzbogaca dostęp miast do morza (Gdańska, Gdyni, Sopotu), rzeki (Warszawa, Toruń, Kraków) jezior (Olsztyn, Poznań, Lublin), lasów i parków, oraz

rezerwatów geologicznych (Kielce). Te propozycje staną się naturalnym uzupełnieniem oferty turystycznej miasta, bazującej na dziedzictwie kulturowym, a w wielu przypadkach działalności sektora MICE (targi i kongresy). Może stać się to impulsem do rozwoju turystyki zrównoważonej i mikroturystyki. Wycieczki do tych miejsc ułatwiają funkcjonujące systemy wypożyczalni rowerów.

O tym, które miasta są gotowe na przyjęcia turystów i co mają do zaproponowania, można się dowiedzieć ze stron internetowych i kanałów społecznościowych:

- Kraków: **Facebook**, **Instagram**
- Gdańsk: **visitgdansk.com**, **Facebook**, **Instagram**
- Warszawa: **wot.waw.pl**, **Facebook WOT**, **Facebook**
- Poznań: **poznan.travel**, **Facebook**, **Instagram**
- Łódź: **lodz.travel**, **Facebook**, **Instagram**
- Lublin: **turystyka.lublin.eu**, **Facebook**, **Instagram**
- Toruń: **isittorun.pl**, **lottorun.pl**, **torun.pl**, **Facebook**
- Olsztyn: **visit.olsztyn.eu**, **Facebook**
- Sopot: **visit.sopot.pl**, **Facebook**
- Kielce: **Facebook, facebook.com/KielceRajdlaDzieci**, **kielce.travel**
- Opole: **opole.pl**, **Facebook**
- Szczecin: **visitszczecin.eu**, **Facebook**, **Instagram**
- Gdynia: **gdynia.pl**, **Facebook**, **facebook.com/gdynskaradaturystyczna**, **Instagram**

Więcej informacji:

- Urząd Miasta Krakowa, Wydział Turystyki: Monika Moskwa, **monika.moskwa@um.krakow.pl**
- Gdańska Organizacja Turystyczna: Ewa Stolarek: **ewa.stolarek@visitgdansk.com**
- Lokalna Organizacja Turystyczna w Toruniu: Magda Tierney, **biuro@lottorun.pl**
- Urząd Miasta Lublin, Biuro Rozwoju Turystyki: Marcin Kęćko, **mkecko@lublin.eu**
- Urząd Miasta Kielce, Referat Sportu i Turystyki, Piotr Głowacki, **piotr.glowacki@um.kielce.pl**
- Sopocka Organizacja Turystyczna: Alicja Kaczorowska-Rohde, **a.kaczorowska@visit.sopot.pl**
- Urząd Miasta Gdyni, Referat Promocji i PR, Katarzyna Mysiak, **k.mysiak@gdynia.pl**
- Łódzka Organizacja Turystyczna: Hubert Koper, **hubert.koper@lodz.travel**
- Urząd Miasta Olsztyn, Biuro Promocji i Turystyki: Ewa Szemplińska, **szemplinska.ewa@olsztyn.eu**
- Urząd Miasta Opola, Wydział Promocji: Łukasz Śmierciak: **lukasz.smierciak@um.opole.pl**