



## **Wakacyjne pociągi „Daj się ugościć!” przejechały przez całą Polskę**

2023-08-24

**Cztery przejazdy wakacyjnymi pociągami, ponad 2 tys. km, blisko tysiąc podróżujących, miliony słuchaczy, ponad 60 gwiazd i gości specjalnych i wreszcie: jedna gościnna Małopolska. To liczby, które obrazują tegoroczną odsłonę akcji „Daj się ugościć! Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę.”, którą Małopolska Organizacja Turystyczna zorganizowała z RMF FM we współpracy z województwem małopolskim i miastem Kraków.**

- Wakacje jednoznacznie kojarzą się nam z podróżowaniem i z dobrym humorem. Dlatego też wpadliśmy na pomysł, by zaprosić mieszkańców całej Polski do wspólnego podróżowania do Krakowa i Małopolski wakacyjnymi pociągami „Daj się ugościć!” – zdradza Grzegorz Biedroń, prezes Małopolskiej Organizacji Turystycznej. W każdym ze składów na pasażerów czekało mnóstwo atrakcji: artyści, sportowcy, postaci znane z pierwszych stron gazet oraz z mediów społecznościowych, jednak to, co dla nas było kluczowe, to prezentacja bogatej oferty Małopolski i Krakowa. Można było więc spróbować lokalnych produktów, poznać turystyczne szlaki, jak i spotkać pienińskich flisaków czy krakowianki w tradycyjnych strojach! Postawiliśmy sobie jasny cel: promować gościnność regionu poprzez doświadczanie i dobrą zabawę i z czystym sumieniem mogę powiedzieć, że zadanie zrealizowaliśmy na medal! - dodaje prezes MOT.

### **Wszystkie drogi prowadzą do Małopolski**

Przejazdy wakacyjnych pociągów „Daj się ugościć!” zostały zaplanowane w taki sposób, by stacje końcowe znajdowały się w najpiękniejszych i najciekawszych miastach Małopolski:

- 24 czerwca pierwszy pociąg mknął z Gdyni Głównej aż do Krakowa
- 8 lipca skład wyruszył z Warszawy Wschodniej do Nowego Sącza
- pociąg, który wyruszył na tory 22 lipca, rozpoczął swój bieg w Poznaniu Głównym, a ostatnią stację zaplanowano w Zatorze – Parku Rozrywki
- finałowy przejazd, 29 lipca, rozpoczął się zaś we Wrocławiu, a stacja końcowa znajdowała się w Tarnowie.

### **Muzycy, sportowcy, influencerzy i atrakcje Małopolski**

W pociągach można było spotkać gwiazdy telewizji, postaci znane z pierwszych stron gazet, a także sportowców i influencerów, którzy na co dzień aktywnie działają w mediach społecznościowych.

Łącznie na podróżujących czekało ponad 60 punktów programu, w tym koncerty takich gwiazd jak: Blanka, Golec uOrkiestra, Danzel, Gromee i Sara Chmiel, Blue Café, Natalia Nykiel, Red Lips, Oscar Cyms, Dominik Dudek, Anastazja Maciąg, Stan Zapalny, Natalia Zastępa, Chvost i Paulina Bisztyga oraz Big Band Małopolski. Swoją muzyką oczarowali podróżujących w specjalnym wagonie imprezowym, w którym przygotowano infrastrukturę do realizacji koncertów na żywo.

Wśród gości specjalnych warto wymienić także m.in. mistrza świata trików piłkarskich Krzysztofa Golonkę, kandydatki na Miss Polski oraz kandydatów na Miss i Misterów



Supranational 2023, trenerki Martę Kruk i Natalię Damek, iluzjonistę Just Edi Show, dziennikarkę i ekspertkę do spraw gastronomii i żywienia Katarzynę Bosacką, biegaczkę górską Natalię Tomasiak, przewodniczkę turystyczną Babę z Gór czy sommelierkę Martę Pańską, znaną jako „Dziewczyna z butelką wina”.

## **To, co w Małopolsce najciekawsze i najpiękniejsze**

Przejazdy były jednak przede wszystkim miejscem i przestrzenią, w której podróżujący poprzez doświadczanie mogli zapoznać się z małopolską gościnnością, lokalnymi produktami oraz najciekawszymi atrakcjami i aktywnościami, które czekają na wszystkich odwiedzających południe Polski.

Dlatego też na pokładzie nie zabrakło przedstawicieli Żywego Muzeum Obwarzanka z Krakowa oraz Apilandii – Interaktywnego Centrum Pszczelarstwa. Stowarzyszenie Dolina Karpią ugościło wszystkich produktami z rejonu Doliny Karpią – karpiem, borówkami oraz krówkami zatorskimi, zaś panie z Domu Malarek w Zalipiu, które jest nazywane „malowaną wsią”, przeprowadziły warsztaty zdobnictwa zalipiańskiego oraz rozdały tarnowskie, tarninowe korale.

Przedstawiono również ofertę Muzeum Okręgowego w Tarnowie, Gminę Ryglice, Gminę Łącko, reprezentowaną przez panie w tradycyjnych strojach, które dla pasażerów przygotowywały pyszne jedzenie, a także sieć tras „EnoVelo”, biegnącą przez gminy okolic Tarnowa i Brzeska. Dużym zainteresowaniem cieszyła się także prezentacja ENOTarnowskich winnic z rejonu powiatów tarnowskiego, brzeskiego i dąbrowskiego, a także win z innych regionów Małopolski oraz piw z Browaru Okocim z Brzeska.

Każdy z pociągów przejeżdżał przez Kraków, gdzie podróżujący byli witani przez krakowianki w tradycyjnych strojach, rozdawane były charakterystyczne małopolskie czerwone korale, obwarzanki oraz wianki (w czasie pierwszego z przejazdów w Krakowie odbyło się coroczne Święto Muzyki – Wianki, w czasie którego w jednym dniu w mieście odbywa się kilkadziesiąt koncertów w kilku lokalizacjach). Wykorzystano także gigantyczny potencjał igrzysk europejskich, które rozpoczęły się kilka dni przed wyruszeniem na tory pierwszego z pociągów „Daj się ugościć!”. Gości na peronach witała również świta Króla Juromanii, która zapraszała na wrześniowe wydarzenie na Jurze Krakowsko-Częstochowskiej.

Ciekawym krakowskim akcentem, który był związany z przejazdem pierwszego pociągu, było wykorzystanie w czasie akcji repliki pomnika Adama Mickiewicza z Rynku Głównego w Krakowie, wykonanej w pracowni plastycznej Teatru Groteska. Replika ta została ustawiona przy molo południowym w Gdyni nieopodal plaży miejskiej. Turyści przebywający w tym czasie nadmorskiej miejscowości mogli przez chwilę poczuć się tak, jakby byli w Krakowie. Poprzez prezentowanie jednego z najbardziej charakterystycznych elementów krakowskiego starego miasta – po Sukiennicach czy kościele Mariackim – organizatorzy akcji, czyli Małopolska Organizacja Turystyczna, województwo małopolskie, miasto Kraków oraz Teatr Groteska zaprosili do wybrania się w wakacyjną podróż na południe Polski.

Z kolei do Tarnowa zaprosiło miasto Tarnów i Tarnowskie Centrum Informacji, a o bezpieczeństwo podczas wakacyjnych wędrówek zadbała Grupa Jurajska GOPR, wraz ze wskazówkami, które przydadzą się podczas każdej wyprawy w Małopolsce.



Warto także wspomnieć, że w czasie pokazów *live cooking*, prowadzonych przez znanych i cenionych kucharzy, takich jak Mikołaj Rey czy Mateusz Gessler, używano lokalnych składników z południa Polski, w tym także jurajskich serów kozich z gospodarstwa KozArt. Nie inaczej było z daniami serwowanymi w wagonie restauracyjnym WARS – kucharze stworzyli specjalne menu i korzystali wysokiej jakości małopolskich składników.

## **Ogólnopolska promocja w RMF FM**

Te wszystkie aktywności (a nawet i więcej, których nie zawarto w niniejszym podsumowaniu) czekały na podróżujących, którzy bilety na przejazd mogli wygrać w ogólnopolskim konkursie przeprowadzanym przez pięć tygodni na antenie RMF FM.

Wspólnie ze stacją zaplanowano cykl aż 56 miniaudycji, w czasie których dziennikarze i dziennikarki prezentowali szczegóły każdego z przejazdów oraz promowali najciekawsze miejsca w Małopolsce. Wszystkie cztery przejazdy były także na żywo relacjonowane przez korespondentów, którzy łączyli się ze stacji początkowych, pośrednich i końcowych ze studium w Krakowie i Warszawie, przekazując, co aktualnie dzieje się w pociągu oraz na peronach.

Równie ważnym kanałem komunikacji były strony internetowe Grupy RMF oraz social media. Poprzez posty w mediach społecznościowych i relacje w nich z przejazdów każdego z czterech pociągów udało się dotrzeć do ponad 1 300 000 odbiorców. Zaś wsparcie redakcyjne i komunikacja na stronach internetowych: [rmf.fm](http://rmf.fm) oraz [rmf24.pl](http://rmf24.pl) dały zasięg ponad 1,7 mln użytkowników.

## **Współpraca z lokalnymi mediami i samorządami oraz media własne**

By zwiększyć zasięgi promocyjne dla Krakowa i Małopolski podjęto także współpracę z przedstawicielami administracji publicznej (biura prasowe urzędów marszałkowskich, urzędów miast, urzędów gmin) oraz przedstawicielami lokalnych mediów w miejscach, w których pociągi „Daj się ugościć!” miały stacje początkowe, stacje pośrednie i stacje końcowe.

Dla każdego z miast i regionów, gdzie składy zatrzymywały się, przygotowano osobną komunikację PR, która była wysyłana każdorazowo, by poinformować dziennikarzy oraz mieszkańców, że wakacyjny pociąg Małopolskiej Organizacji Turystycznej i RMF FM zatrzyma się o konkretnej godzinie na danej stacji.

Dzięki temu działaniu udało się znacząco wzmocnić komunikację końcową akcji i uzyskać wiele materiałów zapowiadających przejazdy, jak i prezentujących relację z postojów w mediach w całej Polsce, które z przekazem promocyjnym docierały do lokalnych czytelników i słuchaczy.

W kampanii wykorzystano również media własne Małopolskiej Organizacji Turystycznej: stronę internetową [visitmalopolska.pl](http://visitmalopolska.pl), na której na bieżąco zamieszczano komunikaty na temat przejazdów oraz profile „[Odkryj Małopolskę](#)” i „[Małopolska Organizacja Turystyczna](#)” na Facebooku. To właśnie tam pojawiały się zaproszenia do wzięcia udziału w przejazdach, a także szczegółowe relacje oraz podsumowania.

Akcja była także dokumentowana przez fotografów i operatorów video. Galerie zdjęć



**Magiczny  
Kraków**

każdorazowo pojawiały się w mediach społecznościowych, a także na stronach organizatorów, zaś reportaże video można zobaczyć m.in. za pośrednictwem kanału [kampanii na YouTube](#).

## **Wakacyjne pociągi widać z daleka**

Istotnym elementem kampanii było także zastosowanie szerokiego wachlarza działań brandingowych. Lokomotywy i wagony zostały odpowiednio oklejone symbolami i atrybutami Małopolski, a także identyfikacją wizualną kampanii „Daj się ugościć! Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę.” Opracowaną przez krakowską agencję reklamową Admind.

Dzięki temu pociągi wjeżdżając na stacje, były doskonale widoczne. Na peronach zaś przez odpowiednio ubranych organizatorów akcji, prowadzone były animacje włączające w zabawę nie tylko osoby, które wygrały bilety na przejazdy w konkursie RMF FM, lecz wszystkich, którzy w danym momencie znajdowali się na stacjach w całej Polsce.

Wewnątrz wagonów wykorzystano także dodatkowe elementy brandingowe (fotoscianki, flagi, kasetony, balony, gadżety), a także scenografię świetlną, która wprowadziła niezwykłą, wakacyjno-impresową atmosferę.

Dzięki zastosowanym elementom brandingowym w mediach społecznościowych gwiazd, zaproszonych gości oraz podróżujących znalazło się wiele relacji, materiałów fotograficznych i video, zawierających branding Małopolski, Krakowa, Małopolskiej Organizacji Turystycznej i RMF FM.

## **Organizatorzy**

Organizatorem kampanii „Daj się ugościć!” w ramach projektu „Małopolska – cel podróży” była Małopolska Organizacja Turystyczna, działająca w partnerstwie z Województwem Małopolskim oraz Miastem Kraków. Producentem akcji była agencja event-factory z Krakowa we współpracy z RMF FM (Grupa RMF).

*Projekt „Małopolska – cel podróży” jest dofinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Działania 3.3. „Umiędzynarodowienie małopolskiej gospodarki”, Poddziałanie 3.3.1. „Promocja gospodarcza Małopolski” typ E. promocja oferty gospodarczej regionu – przeciwdziałanie negatywnym skutkom epidemii COVID-19 w ramach 3. Osi Priorytetowej Przedsiębiorcza Małopolska Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020.*