

Gdy wydawało się, że zapaść na rynku turystycznym wywołana pandemią koronawirusa powoli przechodzi do historii, a branża sukcesywnie zaczyna się odbudowywać, otrzymaliśmy cios w postaci agresji Rosji na Ukrainę. W początkowej fazie wojny bardzo mocno odczuwalny był brak turystów zagranicznych. Działania Polskiej Organizacji Turystycznej na rynkach zagranicznych mające na celu przedstawienie rzeczywistego obrazu sytuacji przynoszą efekty, a obcokrajowcy mogą bez obaw przekonać się o polskiej gościnności. Wciąż jednak liczba grup zorganizowanych przyjeżdżających do Polski daleka jest od poziomu z 2019 roku.

Rafał Szmytke: Przywrócić turystykę na właściwe tory



Prezes POT, Rafał Szmytke fot. mat. prasowe

Odbudowa turystyki przyjazdowej, która generuje największe przychody dla branży turystycznej, jest jednym z celów POT na ten rok. W 2022 roku do listy Zagranicznych Ośrodków Polskiej Organizacji Turystycznej dołączyły trzy nowe: w Pradze, Budapeszcie i Tel Awiwie. Wśród kampanii produktowych warto wyróżnić te związane z Pomnikami Historii i obiektami UNESCO, promocją regionów Polski Wschodniej czy turystyki kulinarnej z Przewodnikiem Michelin. Jak wynika z badań POT „Obcokrajowcy o Polsce” to właśnie te obszary były wskazywane jako najczęściej kojarzone przez gości zagranicznych.

*- Działania będą prowadzone również tam, gdzie POT nie posiada ośrodków
- w krajach bałtyckich, Zatoki Perskiej, Indiach, Korei Południowej czy Brazylii. Duże nadzieje pokładamy we współpracy z innymi polskimi podmiotami, czyli ambasadami, konsulatami, Instytutami Polskimi czy biurami PAIH - przyznaje Prezes POT, Rafał Szmytke.*

Z nadziejami i planami na 2023 rok

Patrząc na początek nowego roku można dość optymistycznie spoglądać w przyszłość. Polska już w pierwszych dniach stycznia została umieszczona na czołowym miejscu prestiżowego zestawienia 23 najlepszych destynacji do odwiedzenia w 2023 roku przygotowanego przez CNN Travel. W lutym Warszawa zwyciężyła w zmaganiach o tytuł European Best Destination 2023 bijąc tym samym rekord w liczbie oddanych głosów na dany kierunek w historii konkursu, a na dodatek otrzymała wyróżnienia w kategoriach Best Cultural Destination, Best Destination for Food Lovers, Safest Destinations in Europe, Best Destinations for a city break. Nagrody napłynęły także z MICE Benelux, Tasteatlas, hiszpańskiego periodistadigital.com czy chińskiego Toncheng Travel. Pokazuje to doskonale, że Polska jest ceniona na całym świecie, co może być motorem odbudowy turystyki przyjazdowej.

Największą kotwicą medialną w 2023 roku będą Igrzyska Europejskie 2023 Kraków-Małopolska. Do Polski przyjedzie prawie 50 reprezentacji krajów europejskich.

-Niejednokrotnie w przeszłości udowadnialiśmy, że Polska jako kraj nowoczesny, rozwinięty gospodarczo i infrastrukturalnie, a przede wszystkim niezwykle gościnny, jest świetnym gospodarzem wielkich wydarzeń sportowych, kulturalnych czy biznesowych. Głównym motywem kampanii

Rafał Szmytke: Przywrócić turystykę na właściwe tory

*przed, w trakcie i po zamknięciu Igrzysk będzie turystyka aktywna -
rowerowa, piesza, górską - stwierdził Prezes POT, Rafał Szmytke.*