

Pomorskie w centrum uwagi europejskich mediów – podsumowanie wizyt studyjnych w 2021 roku

W 2021 roku Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna zrealizowała 20 wizyt studyjnych, w których uczestniczyło 61 gości z 10 europejskich krajów. Dziennikarze, blogerzy i przedstawiciele biur podróży poznawali Pomorskie jako region różnorodny, inspirujący i pełen wysokiej jakości oferty turystycznej.

Mimo trudnych warunków związanych z pandemią, rok **2021** był dla Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (PROT) okresem aktywnej promocji regionu poprzez organizację **podróży studyjnych** dla dziennikarzy, influencerów oraz przedstawicieli branży turystycznej z kraju i zagranicy.

Łącznie zrealizowano **20 wizyt studyjnych**, w których uczestniczyło **61 gości z 10 europejskich krajów** – w tym **31 dziennikarzy, 8 blogerów i 22 przedstawicieli biur podróży**. Wśród odwiedzających znaleźli się reprezentanci mediów z Polski, Niemiec, Danii, Szwecji, Wielkiej Brytanii, Holandii, Czech, Węgier, Hiszpanii i Włoch. W kilku projektach uczestniczyły także ekipy radiowe i telewizyjne.

Różnorodność tematów i szeroka współpraca

Wizyty obejmowały różnorodne tematy i formy promocji: **city break, turystykę aktywną, caravanning, dziedzictwo kulturowe regionu, szlaki tematyczne oraz ofertę dla branży turystycznej (FAM TRIPS)**.

Działania te realizowane były we współpracy z **Zagranicznymi Ośrodkami Polskiej Organizacji Turystycznej** – m.in. w Pradze, Berlinie, Madrycie, Londynie, Amsterdamie, Sztokholmie i Rzymie – oraz z partnerami lokalnymi: **Gdańską, Sopocką i Zachodniopomorską Organizacją Turystyczną**. Ważnym elementem współpracy byli również **Partnerzy projektu Pomorskie Prestige**, dzięki którym uczestnicy mieli okazję poznać pomorską gościnność, kuchnię i ofertę premium regionu.

Najważniejsze wizyty i publikacje

Rok 2021 rozpoczął się od wizyty członków Stowarzyszenia Dziennikarzy Podróżników *Globtroter*, połączonej z **I Mistrzostwami Dziennikarzy w Morsowaniu w Gdańsku**. W kolejnych miesiącach Pomorskie odwiedzili m.in. dziennikarze i influencerzy z Czech, Niemiec, Wielkiej Brytanii i Węgier – wśród nich piosenkarka **Ewa Farna**, blogerka **Anja Beckmann (Travel on Toast)** oraz **Eva Kisgyörgy (Travellina.hu)**. Ich relacje w mediach społecznościowych i publikacje znacząco zwiększyły rozpoznawalność Pomorskiego wśród zagranicznych odbiorców.

W okresie letnim Pomorskie gościło m.in. czeską dziennikarkę **Judytę Matyasovą**, reporterka **Deutschlandradio Kultur**, a także twórców z branży caravanningowej – **Kaja Böckinga** (Kabel Eins) i hiszpańskich blogerów **Pilar i José Avila** (Kucavana.es), którzy zaprezentowali Pomorze jako atrakcyjny kierunek dla turystów podróżujących kamperami.

Nie zabrakło też dziennikarzy zajmujących się turystyką aktywną. **Kevin van Huët** z

holenderskiego *National Geographic Traveler* oraz duńscy reporterzy **Emil Foget i Simon Læssøe** (*Politiken*), przygotowali obszerne publikacje o szlaku rowerowym **EuroVelo 10**.

Włoscy dziennikarze z magazynu *Motociclismo* odbyli natomiast motocyklową wyprawę po Pomorzu, tworząc reportaż o walorach krajobrazowych i kulturowych regionu. Dla branży turystycznej zorganizowano także wizyty typu **FAM Trip** dla agentów biur podróży z Polski i Hiszpanii (m.in. *Viajes El Corte Inglés*, *Halcón Viajes* i *B The Travel Brand*), których celem była promocja regionu w ofercie sprzedażowej.

W ramach projektu „**Szlakiem Zamków Gotyckich**” zrealizowano cztery wizyty studyjne po stronie polskiej i niemieckiej, prezentujące unikalne dziedzictwo architektoniczne Pomorza – w tym zamki w Malborku, Gniewie, Kwidzynie i Sztumie.

Z kolei pod koniec roku zorganizowano wizytę dziennikarzy z Walencji, związaną z uruchomieniem nowego połączenia lotniczego **Gdańsk–Walencja**, promującą region w hiszpańskich mediach.

Efekty i promocja regionu

Rezultatem działań PROT było kilkadziesiąt publikacji w uznanych mediach europejskich, m.in. *National Geographic Traveler*, *Motociclismo*, *Megafonen*, *Deutschlandradio Kultur*, *Vlasta*, *Glanc*, *Politiken*, *Lock in Suite*, a także na popularnych blogach i serwisach podróżniczych. Artykuły, relacje i audycje przyczyniły się do zwiększenia rozpoznawalności Pomorskiego jako regionu otwartego, różnorodnego i atrakcyjnego turystycznie.

Pomorskie na mapie inspiracji

Rok 2021 potwierdził, że wizyty studyjne to jedno z najskuteczniejszych narzędzi promocji regionu – budujące jego pozytywny wizerunek w mediach i wzmacniające relacje z partnerami zagranicznymi.

Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna planuje kontynuować te działania w kolejnych latach, prezentując Pomorskie jako destynację pełną energii, autentyczności i pomorskiej gościnności.