

Pomorskie w centrum światowej uwagi – wizyty studyjne PROT w 2024 roku

Rok 2024 był dla Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej kolejnym okresem intensywnych działań promujących region w kraju i za granicą. Dzięki współpracy z Polską Organizacją Turystyczną, jej zagranicznymi ośrodkami oraz partnerami lokalnymi, Pomorskie odwiedziło aż 130 przedstawicieli mediów, blogerów, influencerów i touroperatorów z 20 krajów. W ciągu roku zrealizowano 38 wizyt studyjnych, które odbywały się od kwietnia do grudnia i obejmowały zarówno dziennikarzy prasowych i radiowo-telewizyjnych, jak i liderów opinii z branży podróżniczej, kulinarnej i lifestyle'owej.

Promocja Pomorskiego na świecie

W 2024 roku region gościł przedstawicieli tak odległych rynków jak Japonia, Korea, Kuwejt, Arabia Saudyjska czy USA, ale także bliższych – Szwecji, Danii, Niemiec, Czech, Węgier, Hiszpanii, Włoch, Francji, Holandii i Wielkiej Brytanii. Zróżnicowany program wizyt pozwalał gościom poznać najciekawsze atrakcje turystyczne Trójmiasta, Kaszub, Żuław, Mierzei Wiślanej czy Borów Tucholskich, a także skosztować lokalnej kuchni i spotkać się z przedstawicielami pomorskiej branży turystycznej.

Szczególne zainteresowanie wśród zagranicznych redakcji budziły tematy kulinarne i kulturalne. W maju do Pomorskiego przyjechała ekipa **Great British Chefs** z Wielkiej Brytanii, by przygotować materiał o gastronomicznym obliczu Gdańska i Sopotu, a w październiku dziennikarka kulinarna **Anne Mebelder** z holenderskiego magazynu **Foodies** odkrywała smaki Pomorskiego wraz z partnerami projektu *Pomorskie Prestige*. Włoskie influencerki **Isabel Mule** i **Lucia Merenghi**, uczestniczące w ogólnopolskiej kampanii „Polska wszystkimi zmysłami”, odkrywały region poprzez zmysł zapachu – od bursztynowych warsztatów po lawendowe pola i leśne zanurzenie.

Wizyta japońskich dziennikarek **Maki Tsuga** i **Yayoi Kawaguchi-Arimoto** zaowocowała publikacjami w prestiżowych tytułach **TRANSIT** i **Madame Figaro Japon**, prezentując Gdańsk jako miasto o niezwykłej historii i atmosferze. Z kolei szwedzcy dziennikarze przygotowują reportaże o regionie dla znanych tytułów **Vagabond**, **Dagens Nyheter** i **Icakuriren**.

Telewizja i radio nad Bałtykiem

W 2024 roku Pomorskie gościło także kilka ekip telewizyjnych. Największa słowacka stacja **TV Markiza** zrealizowała dwa reportaże o regionie, prezentujące jego nadmorskie kurorty, historię i kulinarne bogactwo. Ekipa amerykańskiego programu **Curious Traveler** nagrała w Gdańsku materiał o magii jarmarków bożonarodzeniowych, a popularna w Holandii telewizja **Rail Away** filmowała trasy kolejowe Pomorza i Żuław do specjalnego odcinka o Polsce.

Na rynku krajowym ogromny zasięg przyniósł projekt **Eska on the Beach**, którego pięć odcinków zrealizowano w różnych częściach regionu – od Gdańska i Sopotu po Półwysep Helski. Program prezentował młodym widzom różnorodne formy wypoczynku nad Bałtykiem i poza sezonem letnim.

Francuski dziennikarz radiowy **Thierry Georges** z **RCF Radio** poświęcił swoje audycje historii Gdańska, stoczni i Lecha Wałęsy, a także lokalnym tradycjom rzemieślniczym i sztuce Pomorza.

Influencerzy i blogerzy o Pomorskiem

Znaczącą część działań PROT stanowiła współpraca z influencerami z różnych krajów.

Hiszpanka Kristina Escortell, prowadząca popularny profil **Buscando al Sol**, odwiedziła cały region – od Gdańska i Sopotu po Kaszuby i Bory Tucholskie – przygotowując treści, które dotarły do setek tysięcy odbiorców. Z kolei **Veronika Jiříčková** z Czech oraz blogerzy z Węgier i Kuwejtu promowali zimową odśłonę Gdańska i Sopotu – z Jarmarkiem Bożonarodzeniowym i nastrojową atmosferą nadmorskich miast poza sezonem.

Współpraca z touroperatorami

Równie istotnym elementem działań PROT była współpraca z organizatorami podróży. Region odwiedzili m.in. przedstawiciele **Pleasant Holidays & Journese** z USA – jednego z największych amerykańskich touroperatorów, który włączył Polskę (w tym Gdańsk) do swojej oferty europejskiej – oraz biura **Reseproducenten** ze Szwecji i **Jysk Rejsebureau** z Danii. Goście poznali trójmiejskie atrakcje, bazę hotelową i restauracyjną oraz potencjał organizacji pobytów grupowych i biznesowych.

W maju Pomorskie odwiedziło też 20 agentów biur współpracujących z polskim tourooperatorem **Nekera**, którzy odkrywali Gdańsk, Sopot, Kaszuby i Mierzeję Wiślaną, by włączyć region do krajowych ofert turystycznych.

Pomorskie inspiruje kulturą i edukacją

Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna wspierała również inicjatywy o charakterze kulturalnym i edukacyjnym. W 2024 roku do regionu przyjechało 19 belgijskich studentów szkoły złotniczej, zainteresowanych tradycją bursztynniczą, a także przedstawiciele prestiżowych szwedzkich instytucji – **Muzeum Vasa** i **Skansenu**, którzy odwiedzili Gdańsk i Malbork w ramach wymiany doświadczeń muzealnych.

Wspólnie z Gdańskim Teatrem Szekspirowskim i Miastem Sopot PROT współorganizował wizytę gości z Nowego Jorku, reprezentujących amerykańskie instytucje kultury.

Podsumowanie roku

W ciągu 2024 roku Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna:

- zorganizowała i współorganizowała **38 wizyt studyjnych**,
- gościła **130 osób z 20 krajów**,
- zrealizowała działania w **mediach drukowanych, radiu, TV, online i social mediach**,
- współpracowała z dziesiątkami partnerów lokalnych – muzeami, restauracjami, hotelami, instytucjami kultury i samorządami.

Efektem działań są dziesiątki publikacji, reportaży, audycji i postów w mediach społecznościowych, które budują pozytywny wizerunek Pomorskiego jako regionu otwartego, różnorodnego i atrakcyjnego przez cały rok.

Rok 2024 potwierdził, że **Pomorskie to region, który inspiruje i przyciąga uwagę świata**, a Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna skutecznie wzmacnia jego pozycję na mapie europejskich i światowych destynacji turystycznych.