



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

**ZAGRANICZNY OŚRODEK
POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ
w Londynie
SPRAWOZDANIE ROK 2020**



Move Your Imagination

Spis treści

1. Trendy społeczno-gospodarcze.....	3
2. Sytuacja na rynku turystycznym	5
3. Przyjazdy do Polski	10
4. Połączenia.....	11
5. Popyt na polskie produkty turystyczne	17
6. Analiza wybranych działań.....	18
7. Analiza zachowań konkurencji	20
8. Mierniki działań promocyjnych	23
9. Współpraca w realizacji działań promocyjnych	24
9.1. Środki zaangażowane przez podmioty współfinansujące działania promocyjne realizowane przez ZOPOT. Dane w EUR.....	24
9.2. Najaktywniejsi, na rynku działania ZOPOT, przedstawiciele polskiej branży turystycznej oraz regiony.....	24

1. Trendy społeczno-gospodarcze

	2018	2019	2020
PKB w mln (GBP)	2 060 494,00	2 162 295,00	5 022 530,00
PKB per capita GBP	26 497,00	32 443,00	27 813,61
Poziom bezrobocia (w %)	4,1%	3,8%	5,0%
Inflacja - CPI	2,2%	1,3%	0,8%
Kurs PLN/GBP	4,8492	4,8718	5,3797

Źródła: 1-4 Office for National Statistics; 5 – ofx.com

Wielka Brytania w roku 2020 zmierzyła się z dwoma wyzwaniami, które miały znaczący wpływ na jej ekonomię. Pierwszym było zakończenie trwających prawie cztery lata negocjacji związanych z wyjściem z Unii Europejskiej, drugim natomiast trwająca pandemia COVID-19. Oba te bezprecedensowe wydarzenia rozpoczęły szereg nieodwracalnych zmian w strukturze funkcjonowania kraju, nie tylko pod względem gospodarczym, ale również społecznym. Pełne skutki będą w pełni widoczne w kolejnych latach, aczkolwiek na chwilę obecną widzimy wyraźne przegrupowania w takich sektorach, jak sprzedaż czy rynek pracy, w którym zaszły znaczące zmiany, jak choćby przejście na pracę zdalną czy utworzenie systemu wsparcia finansowego dla osób zatrudnionych na etacie tzw. „furlough”. Niestety nie obyło się bez upadku wielu firm, które nie potrafiły funkcjonować w rzeczywistości online. Dotknęło to nie tylko małych firm, ale również takich gigantów, jak choćby Debenhams. Sektor usług, rozrywki oraz cała branża turystyczna to sektory, które pandemia dotknęła najmocniej.

W większości przypadków regiony i sektory, na które wpłynął Brexit nie pokrywały się z tymi dotkniętymi przez pandemię. Przemysł motoryzacyjny, chemiczny oraz sektor finansowy to główne branże, które jako pierwsze odczuły skutki wyjścia z UE. Natomiast pandemia uderzyła najsilniej w sektor turystyczny i hotelarski, transport, sztukę (kultura&rozrywka). Brexit oraz pandemia spowodowały jeszcze większe różnice między regionami. Londyn, Północno-Wschodnia Anglia, Walia, Midlands to części kraju, w których skutki Brexitu będą największe. Regiony, które utrzymują się głównie z turystyki ucierpiały najmocniej z powodu pandemii i restrykcji, które ona ze sobą przyniosła. Widać to głównie w miejscowościach nadmorskich, a także w miastach takich jak Manchester, Liverpool, Glasgow oraz Londyn, zwłaszcza West End.

Miesięczny wskaźnik PKB w grudniu ukształtował się w wysokości 6,3% poniżej poziomu z lutego 2020, ale jednocześnie wzrósł o 1,2% w porównaniu z PKB osiągniętym w listopadzie 2020. Spowodowane to było rozluźnieniem restrykcji w pierwszej połowie grudnia, które niestety w drugiej połowie miesiąca ponownie wprowadzono. Prognozuje się, że roczny poziom PKB uplasuje się na poziomie -11%. Największy spadek zanotowano w kwietniu, kiedy wyniósł on rekordowe – 25%.

W ciągu całego roku 2020 największe znaczenie dla funkcjonowania ekonomii miały poniższe wydarzenia:

- Marzec: Wprowadzenie pierwszego lockdownu wraz z restrykcjami dotyczącymi podróżowania, pracy zdalnej, zamknięcia sklepów i usług. Lockdown wprowadzono 8 marca.
- Czerwiec: Utworzenie korytarzy powietrznych, które miały na celu wsparcie sektora turystycznego. Lista krajów objętych korytarzami była poddawana rewizji raz w tygodniu.
- Sierpień: Wprowadzenie programu „Eat Out to Help Out” mającego pomóc branży gastronomicznej. Ponad 50 000 firm z całego kraju zgłosiło się do tego projektu, udzielając 50% rabatu na ponad 160 milionów dań (Rząd przeznaczył na ten program £849 milionów wsparcia).

- Listopad: Wprowadzenie drugiego lockdownu na 4 tygodnie, który miał odciążyć szpitale, a także umożliwić rozluźnienie restrykcji na okres Świąt Bożego Narodzenia.

W 2020 roku programem „furlough” objęto 6,5 miliona pracowników, czyli ok. 20% wszystkich osób pracujących. Program wsparcia finansowego polegał na wypłaceniu przez rząd 80% pensji osobom, które z powodu pandemii nie mogły pracować, jak również nie mogły wykonywać swojej pracy zdalnie. Ponad połowa osób, które otrzymały to wsparcie, pochodziła z sektora turystycznego, hotelowego oraz usługowego.

Poziom bezrobocia

Grupą najmocniej dotkniętą zwolnieniami były osoby w wieku od 18-24 lat. Stopa bezrobocia w 2020 osiągnęła rekordowy poziom 5,1% (dane ONS). To najwyższy wynik od pięciu lat oznaczający, iż 1,74 miliona osób jest obecnie bez pracy w Wielkiej Brytanii. Większość osób, która utraciła pracę w wyniku pandemii pochodzi z sektora turystycznego, hotelowego oraz z branży rozrywkowej. Osoby z sektora usługowego i gastronomicznego stanowią największą grupę objętą programem wsparcia „furlough”, dzięki któremu udało się im uniknąć zwolnienia. Jednakże sytuacja ta może ulec gwałtownej zmianie w momencie, gdy program przestanie obowiązywać. Na chwilę obecną ma on potrwać do końca kwietnia 2021.

Według danych Urzędu Pracy 2,6 miliona osób pobiera obecnie zasiłek dla bezrobotnych, a 11 milionów osób jest objętych programem furlough.

Wpływ Brexit

Według badań przeprowadzonych przez OECD wynika, że na skutek Umowy handlowej (FTA) podpisanej przez rząd Wielkiej Brytanii z UE, spodziewany jest 6% spadek w eksporcie. Zakończenie tzw. „Freedom Of Movement”, czyli swobodnego przemieszczania się mieszkańców UK po krajach UE może odbić się negatywnie na sektorze usług w Wielkiej Brytanii. Według IFS (Instytut Studiów Fiskalnych) największy wpływ Brexitu będzie widoczny w 2021, kiedy wiele firm będzie musiało dostosować swoją działalność do nowych wymogów. To także czas wprowadzania nowych praw, jak również częściowej adaptacji obowiązujących w UE regulacji prawnych. Od początku 2021 roku, aby uzyskać zgodę na zatrudnienie w Wielkiej Brytanii trzeba nie tylko mieć wizę pracowniczą, ale również deklarację dochodów nie mniejszych niż 27 000 GBP.

Według wiodących ekonomistów gospodarka Wielkiej Brytanii potrzebuje około 18 miesięcy, by powrócić do stanu sprzed pandemii. Badania przeprowadzone przez Financial Times wykazały, że PKB ustabilizuje się dopiero w drugiej połowie 2022 roku. Największym zastrzykiem dla podniesienia się gospodarki jest program szczepień, który daje szansę państwu na powrót do „normalności” w drugiej połowie 2021 roku. Niepokojące jest jednak zadłużenie Wielkiej Brytanii, które obecnie jest największe od czasu drugiej wojny światowej. Prognozuje się również wzrost inflacji w 2021 roku.

2. Sytuacja na rynku turystycznym

	2018	2019	2020
Uczestnictwo w wyjazdach zagranicznych z co najmniej 1 noclegiem (w %)	42%	48%	Brak danych na dzień składania sprawozdania
Grupy o najwyższym poziomie uczestnictwa	Brak danych na dzień składania sprawozdania		
Liczba wyjazdów <u>krajowych</u> z co najmniej 1 noclegiem (w milionach)	97,1 mln wyjazdów	99,1 mln (średnia długość to 3 dni) Wzrost +2% w stosunku do 2018	Brak danych na dzień składania sprawozdania
Liczba wyjazdów zagranicznych z co najmniej 1 noclegiem (w tys.)	72,6 mln	93,1 mln (w tym 18,1 mln wyjazdów do samej Hiszpanii)	939 000 – dane za 2 kwartał 2020. Brak danych za cały rok w dniu składania sprawozdania
Liczba wyjazdów zagranicznych 1+ nocy w celach turystycznych (liczba w milionach)	64% (ogólny procent wyjazdów zagranicznych według ABTA)	58,7 mln wyjazdów turystycznych	Brak danych na dzień składania sprawozdania
Liczba wyjazdów zagranicznych 1+ nocy w celach służbowych / biznesowych (liczba w milionach lub w %) *	Brak danych	9 mln wyjazdów	Brak danych na dzień składania sprawozdania
Liczba wyjazdów zagranicznych 1+ nocy w celach VFR – odwiedzający krewnych i znajomych (liczba w milionach lub w %)	Brak danych	23,5 mln wyjazdów	Brak danych na dzień składania sprawozdania

Wpływ pandemii na gospodarkę turystyczną danego kraju oraz kluczowe ograniczenia wprowadzone w okresie pierwszego lockdownu:

Marzec

- Wielka Brytania pozostawia otwarte granice: zarówno powietrzne, jak i morskie, zamykając jedynie lotnisko LCY. Jednocześnie rząd odradza jakichkolwiek podróży zagranicznych, o ile nie są one niezbędne. Apeluje również do wszystkich obywateli przebywających poza granicami kraju, aby jak najszybciej powrócili do Wielkiej Brytanii. Szacuje się, że w tym okresie ponad 1 mln obywateli brytyjskich przebywało poza granicami kraju.
- ABTA apeluje do rządu, by ten wprowadził specjalny pakiet pomocy dla branży turystycznej, który pozwalałby na 6-cio miesięczne zwolnienie z podatku HMRC, zawieszenie Air Passenger Duty oraz wprowadzenie zmian w zakresie prawa do zwrotu kosztów poniesionych przy rezerwacji wyjazdu. W momencie wybuchu pandemii firmy miały obowiązek zwrócić pieniądze osobom, które dokonały zakupu wyjazdu/wycieczki. ABTA domaga się możliwości zmiany

gotówki na wystawienie klientom Noty Kredytowej/Voucheru z datą do wykorzystania na 2 lata. ABTA postulowała również o wydłużenie terminu zwrotu gotówki z 14 dni na 4 miesiące.

- Ryanair zawiesił wszystkie loty do czerwca 2020.

Kwiecień:

- Siatka połączeń lotniczych ulega znacznej redukcji: EasyJet, Tui, British Airways Jet2Holidays – redukują połączenia lub je czasowo zawieszają. Podobne decyzje wprowadził National Express oraz główni operatorzy rejsów.
- Virgin Atlantic poddał się dobrowolnie procedurze upadłości na skutek odmowy otrzymania pomocy od rządu.

Maj

- 1 maja WizzAir wznawia połączenia lotnicze z UK na poniższych trasach:
Węgry: Budapeszt; Rumunia: Cluj-Napoca, Constanta, Craiova, Lasi, Suceava, Targu Mures, Satu Mare oraz Timisoara; Serbia: Belgrad; Słowacja: Bratysława, Koszyce; Portugalia: Lizbona
Hiszpania: Teneryfa; Izrael: Tel Aviv.
- Organizacje Turystyczne z Walii, Szkocji, Kornwalii, Cumbrii oraz Cotswolds apelują do nieodwiedzania ich krajów/regionów. Kampania ma na celu zapobieganie przekraczania granic między 4 narodami i tym samym rozszerzania się wirusa.
- 20 maja 2020 r. 31 przedstawicieli firm działających w sektorze turystycznym wystosowało oficjalny list do Premiera z prośbą o wprowadzenie AIR BRIDGES między Wielką Brytanią a wybranymi krajami.
- Wprowadzenie 14-dniowej kwarantanny dla osób przylatujących do UK.

Czerwiec:

- Od 8 czerwca zaczyna obowiązywać 14-dniowa kwarantanna obejmująca wszystkie osoby przyjeżdżające do kraju. Z tego obowiązku zwolnione są osoby przyjeżdżające z Irlandii.
- Kraje, do których Brytyjczycy mogą obecnie pojechać na wakacje bez obowiązku kwarantanny to: Hiszpania, Malta, Portugalia, Włochy, Chorwacja, Niemcy, Malta, Turcja, Szwajcaria, Szwecja, Belgia, Cypr. Kraje zamknięte dla UK: Bułgaria, Czechy, Polska, Grecja.

Lipiec

- Sektor hotelowy i turystyczny dostaje zgodę na ponowne otwarcie się pod warunkiem przystosowania swoich obiektów do wytycznych bezpieczeństwa (COVID SAFE). UK Hospitality złożyła 75 stronicowy raport z wytycznymi dla hoteli, restauracji oraz parków rozrywków. Zamieszczone w nich wytyczne mają pomóc w/w biznesom przygotować się na ponowne otwarcie.
- Rynek lotniczy: większość połączeń zostaje przywrócona, w tym loty do Polski.
- Ryanair ogłosił wznowienie 40% połączeń od początku lipca. W pierwszej kolejności zostaną wznowione połączenia do Hiszpanii, Portugalii, Włoch, Francji oraz Grecji.

Październik

- Polska wraz z Turcją zostają wyjęte z listy korytarzy powietrznych i tym samym wszystkie osoby przyjeżdżające z tych krajów muszą poddać się obowiązkowej 14-dniowej kwarantannie.

Listopad

- Skrócenie kwarantanny do 10 dni. Możliwość dalszego skrócenia (do 5 dni) w przypadku otrzymania negatywnego testu na COVID-19.

Grudzień

- Rząd Wielkiej Brytanii wprowadza zakaz podróżowania za granicę. Złamanie tego prawa jest wykroczeniem i podlega karze KK.
- Zakaz opuszczania miejsca zamieszkania, jak również zakaz tzw. mieszania się gospodarstw, czyli odwiedzania się w domach.

KORYTARZE POWIETRZNE: kierunki wyjazdów z uwzględnieniem obowiązujących ograniczeń: dokąd można było wyjeżdżać w 2020 (brak ograniczeń).

Akrotiri & Dhekelia	Francuska Polinezja	Nowa Zelandia
Anguilla	Gibraltar	Norwegia
Antigua and Barbuda	Niemcy	Pitcairn, Henderson, Ducie and Oeno Islands
Aruba **	Grecja	Polska***
Australia	Grenlandia	Reunion
Austria	Grenada	San Marino
Barbados	Guadeloupe	Seszele
Bermuda	Hong Kong	Słowacja
Bonaire, St Eustatius and Saba	Węgry	Słowenia
British Antarctic Territory	Islandia	Korea Południowa
British Indian Ocean Territory	Irlandia	Gruzja
Kajmany	Isle of Man	St Barthélemy
	Włochy	St Helena, Ascension oraz Tristan da Cunha
the Channel Islands	Jamajka	St Kitts and Nevis
Chorwacja	Japonia	St Lucia

Curaçao	Łotwa	St Pierre and Miquelon
Cypr	Liechtenstein	St Vincent and the Grenadines
Czechy	Litwa	Szwajcaria
Dania	Macao (Macau)	Taiwan
Dominikana	Malezja	Trinidad oraz Tobago
Estonia	Malta **	Turcja ***
Falkland Islands	Mauritius	Turks oraz Caicos Islands **
Faroe Islands	Monaco **	Watykan
Fiji	Montserrat	Vietnam
Finlandia	Holandia **	
Francja **	New Caledonia	

*** Kraje usunięte z listy 15 sierpnia 2020; *** Kraje usunięte z listy 3 października 2020*

Brytyjczycy w sezonie wakacyjnym wyjeżdżali tam, gdzie były utworzone korytarze powietrzne z uwagi na fakt, iż nie musieli wtedy po powrocie poddawać 14-dniowej kwarantannie. Jeśli chodzi o cel podróży to uległ on niewielkiej zmianie w porównaniu z ostatnimi latami, kiedy to na pierwszym miejscu były city breaks. W roku 2020 dominowały wakacje w kurortach nadmorskich w krajach, które zawsze były na czele listy, czyli Hiszpania, Grecja, Portugalia, Turcja oraz Francja. City breaks uplasowały się na drugiej pozycji. Największa zmiana w stosunku do lat ubiegłych to minimalny ruch na trasach międzykontynentalnych, w tym głównie do Stanów Zjednoczonych, Australii oraz Nowej Zelandii. Kraje te miały przez cały rok zamknięte granice dla obywateli brytyjskich. Jeśli chodzi o sposób rezerwacji wyjazdów to z uwagi na pandemię i pracę zdalną odbywał się on głównie za pomocą platform bookingowych lub stron internetowych travel agentów. Zmiana ta widoczna była w rezerwacjach pakietowych. Wyjazdy indywidualne typu city break były, tak jak dotychczas, rezerwowane przez platformy bookingowe lub bezpośrednio na stronach linii lotniczych lub hoteli.

Nastroje konsumentów zmieniały się w ciągu roku w zależności od wprowadzonych restrykcji związanych z podróżowaniem i sytuacją na rynku pracy. Pierwsze badania przeprowadzone przez BVA w kwietniu 2020 pokazały, że jeśli chodzi o rezerwacje wyjazdów wakacyjnych to duża część osób chciała wstrzymać się z tą decyzją do czasu wynalezienia szczepionki, a część odczekać kilka miesięcy, by zobaczyć, jak sytuacja się rozwinie. Wśród kierunków wskazanych przez badanych w pierwszej trójce znalazły się Włochy, Hiszpania, Francja oraz USA, czyli kraje najbardziej dotknięte epidemią. Preferowany typ wyjazdów pozostał bez zmian, czyli: wyjazdy na plażę (53%), city breaks (38%) oraz odwiedzin znajomych (23%). Na końcu skali znalazły się wyjazdy aktywne (6%) oraz tematyczne, np.: sportowe (8%). 30% osób, które miały odwołany wyjazd nie planowały jego przełożenia, 23% rozważyło możliwość przełożenia go na inny termin. W kwietniu nastrój konsumentów był raczej pozytywny: 1/3

badanych uważała, że wszystko wróci do normalności w lipcu 2020, a 79% osób planowało wyjazd zagraniczny do końca bieżącego roku.

Według badań Wanderlust przeprowadzonych na próbie 2 914 osób, 48% badanych nie zmieniło swojego stanowiska w kwestii podróżowania. Ta grupa nadal chce podróżować z taką samą intensywnością, jak robiła to przed pandemią. 33% zamierzało być bardziej ostrożnym podczas podróżowania po Covid19. 19% nie zamierzało w najbliższym czasie podróżować, 24% zamierzało podróżować jesienią, 20% kiedy tylko otworzą się granice, a ponad 21% dopiero w 2021. Badano również wpływ kwarantanny na podróżowanie: 63% nie zamierzało podróżować, jeśli wiązałoby się to z odbyciem kwarantanny, 90% nie zamierzało podróżować, dopóki FCO nie zniesie rekomendacji dot. wyjazdów zagranicznych, gdyż wiązałoby się to z utratą ubezpieczenia.

Wpływ COVID-19 na wybór destynacji:

- 51% wybór turystyki krajowej
- 69% wybór wakacji w Europie
- 26% wybór kraju, którego obiekty turystyczne spełniają wymogi higieny
- Po raz pierwszy cena/przystępność wyjazdu nie stanowią priorytetu.

Typy wakacji:

- 49% turystyka weekendowa
- 55% zabytki&kultura
- 51% przyroda, dzika natura
- 29% plaża
- 13% turystyka luksusowa (spa)
- 9% turystyka aktywna (rowery, kajaki).

Typ podróżowania:

- 73% planuje podróżowanie niezależnie, czyli bez pośrednictwa tour operatora.

Rezerwacja wyjazdów na 2021

- 26% planuje dokonanie rezerwacji na 2021 na jesieni tego roku
- 23% planuje zrobić to w sezonie zimowym tego roku
- 17% dopiero w styczniu 2021.

Wybór środka transportu i rodzaju zakwaterowania

Pandemia nie wpłynęła znacząco na wybór środka transportu, jeśli chodzi o podróżowanie zagraniczne. Nadal są to połączenia lotnicze. Głównie z uwagi na fakt, że Wielka Brytania jest wyspą, jak również, iż połączenia te w porównaniu z kolejowymi są o wiele bardziej dostępne cenowo. Jeśli chodzi o rodzaj zakwaterowania to nie obserwujemy tutaj wyraźnych zmian: Brytyjczycy nadal wybierają hotele na pobyt wakacyjny. Oczywiście zwracając uwagę na ich dostosowanie do wymagań COVID-19. W turystyce krajowej nastąpił wzrost zainteresowania campingami oraz wynajmem domów z własnym wyżywieniem i położonych w odludnych destynacjach. Rekordową liczbę turystów zanotowała w tym roku północna część Szkocji.

1. Liczba turystów z Wielkiej Brytanii w roku 2020 w układzie miesięcznym. Łącznie Polskę odwiedziło 185 700 brytyjskich turystów.

styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	Październik	listopad	Grudzień
45 747	52 863	20 820	50	309	2 013	11 086	20 165	20 720	6 892	2 525	2 510

2. Liczba udzielonych noclegów. Łącznie w 2020 - 441 608 noclegów.

styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	Październik	listopad	Grudzień
105 326	132 677	54 384	234	795	4 068	23 774	45 185	48 133	15 959	5 855	5 218

Instrumenty wsparcia:

Minister Turystyki Nigel Huddleston ogłosił w kwietniu 2020 roku przyznanie dodatkowego funduszu wsparcia w wysokości 1,3mln GBP dla lokalnych organizacji turystycznych. Fundusz jest przeznaczony na działalność operacyjną oraz na utrzymanie etatów pracowników.

3. Przyjazdy do Polski

Przyjazdy do Polski na podstawie danych lokalnych ONS

	2018	2019	2020
Liczba wyjazdów do Polski	921 000	1 227 900	Brak danych
Liczba wyjazdów do Polski obejmujących co najmniej 1 nocleg (w tys.)	Brak danych	920	Brak danych
Liczba wyjazdów do Polski 1+ nocy w celach turystycznych (liczba lub w %)	Brak danych	27%	Brak danych
Liczba wyjazdów do Polski 1+ nocy w celach służbowych / biznesowych (liczba lub w %)	Brak danych	5%	Brak danych
Liczba wyjazdów do Polski 1+ nocy w celach VFR (liczba lub w %)	Brak danych	66%	Brak danych

Źródła: * ONS

Model zachowań turystycznych podczas przyjazdów do Polski w 2020 roku, mimo trwającej pandemii, nie uległ zbyt dużej zmianie. Motywy pozostały takie same, czyli turystyka miejska i kulturowa, która dominowała w wyszukiwarkach, jak również w zapytaniach do Ośrodka. Terminy przyjazdów były związane ze zjawiskiem utworzenia tzw. korytarzy powietrznych. Czas trwania wyjazdów to głównie wyjazdy weekendowe lub trwające do 3 dni o tematyce związanej ze zwiedzaniem miejsc atrakcyjnych pod względem kulturowym, jak na przykład UNESCO. Preferowanym środkiem transportu był transport lotniczy; jeśli chodzi natomiast o zakwaterowanie to dominowały hotele; a rezerwacja zarówno lotów, jak i noclegów odbywała się za pomocą Internetu (serwisy bookingowe, strony hoteli, strony linii lotniczych). Najchętniej odwiedzanymi miejscami były tradycyjnie: Kraków, Warszawa i Gdańsk.

4. Połączenia

4.1. Siatka połączeń lotniczych wraz z liczbą wykonanych lotów na koniec 2019 roku. Łącznie do Polski wykonano 48 753 lotów.

WYLOT Z:	PRZYLOT DO:	LINIA LOTNICZA	LICZBA LOTÓW
ABERDEEN	GDANSK	WIZZ AIR	272
BELFAST	GDANSK	RYANAIR	172
BELFAST	KRAKOW	EASYJET UK LTD	312
BELFAST	KRAKOW	RYANAIR	298
BELFAST	KRAKOW	TUI AIRWAYS LTD	2
BELFAST	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	JOURNEY AVIATION	1
BELFAST	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	140
BELFAST	WROCLAW	RYANAIR	176
BIRMINGHAM	BYDGOSZCZ	RYANAIR	320
BIRMINGHAM	GDANSK	RYANAIR	216
BIRMINGHAM	KATOWICE	JET2.COM LTD	1
BIRMINGHAM	KATOWICE	RYANAIR	214
BIRMINGHAM	KRAKOW	JET2.COM LTD	2
BIRMINGHAM	KRAKOW	JET2.COM LTD	209
BIRMINGHAM	KRAKOW	RYANAIR	295
BIRMINGHAM	KRAKOW	THOMAS COOK AIRLINES LTD	2
BIRMINGHAM	KRAKOW	WIZZ AIR	92
BIRMINGHAM	POZNAN	WIZZ AIR	66
BIRMINGHAM	RZESZOW	RYANAIR	1
BIRMINGHAM	WARSAW (CHOPIN)	LUFTHANSA	1
BIRMINGHAM	WARSAW (CHOPIN)	WIZZ AIR	246
BIRMINGHAM	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	305
BIRMINGHAM	WROCLAW	WIZZ AIR	208
BOURNEMOUTH	GDANSK	SMARTWINGS	1
BOURNEMOUTH	KRAKOW	RYANAIR	213
BRISTOL	GDANSK	ENTER AIR	1
BRISTOL	GDANSK	RYANAIR	205
BRISTOL	KATOWICE	EASYJET UK LTD	1
BRISTOL	KATOWICE	ENTER AIR	1
BRISTOL	KATOWICE	RYANAIR	1
BRISTOL	KATOWICE	WIZZ AIR	250
BRISTOL	KRAKOW	EASYJET UK LTD	436
BRISTOL	KRAKOW	RYANAIR	344
BRISTOL	POZNAN	ENTER AIR	1
BRISTOL	POZNAN	RYANAIR	247
BRISTOL	POZNAN	WIZZ AIR	1
BRISTOL	RZESZOW	ENTER AIR	1
BRISTOL	RZESZOW	RYANAIR	202
BRISTOL	WARSAW (CHOPIN)	EASYJET UK LTD	1

BRISTOL	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	411
BRISTOL	WROCLAW	RYANAIR	205
CARDIFF	KRAKOW	TUI AIRWAYS LTD	2
DONCASTER SHEFFIELD	GDANSK	WIZZ AIR	465
DONCASTER SHEFFIELD	KATOWICE	WIZZ AIR	485
DONCASTER SHEFFIELD	KRAKOW	WIZZ AIR	196
DONCASTER SHEFFIELD	POZNAN	WIZZ AIR	314
DONCASTER SHEFFIELD	WARSAW (CHOPIN)	WIZZ AIR	326
DONCASTER SHEFFIELD	WROCLAW	WIZZ AIR	207
EAST MIDLANDS	KRAKOW	RYANAIR	326
EAST MIDLANDS	KRAKOW	THOMAS COOK AIRLINES LTD	2
EAST MIDLANDS	LODZ LUBLINEK	RYANAIR	218
EAST MIDLANDS	RZESZOW	RYANAIR	315
EAST MIDLANDS	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	254
EAST MIDLANDS	WROCLAW	RYANAIR	426
EDINBURGH	GDANSK	RYANAIR	360
EDINBURGH	GDANSK	WIZZ AIR	12
EDINBURGH	KATOWICE	RYANAIR	212
EDINBURGH	KRAKOW	EASYJET UK LTD	382
EDINBURGH	KRAKOW	JET2.COM LTD	2
EDINBURGH	KRAKOW	RYANAIR	469
EDINBURGH	POZNAN	RYANAIR	216
EDINBURGH	WARSAW (CHOPIN)	JOTA AVIATION LTD	1
EDINBURGH	WARSAW (CHOPIN)	WIZZ AIR	16
EDINBURGH	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	452
EDINBURGH	WROCLAW	RYANAIR	216
EXETER	KRAKOW	THOMAS COOK AIRLINES LTD	2
GLASGOW	KATOWICE	WIZZ AIR	98
GLASGOW	KRAKOW	JET2.COM LTD	2
GLASGOW	KRAKOW	JET2.COM LTD	20
GLASGOW	KRAKOW	RYANAIR	206
GLASGOW	WARSAW (CHOPIN)	CARPATAIR	1
GLASGOW	WARSAW (CHOPIN)	ENTER AIR	2
GLASGOW	WARSAW (CHOPIN)	LOT-POLISH AIRLINES	1
GLASGOW	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	CARPATAIR	1
GLASGOW	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	DANISH AIR TRANSPORT	2
GLASGOW	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	KLASJET UAB	2
GLASGOW	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	158
GLASGOW	WROCLAW	RYANAIR	212
LEEDS BRADFORD	GDANSK	RYANAIR	380
LEEDS BRADFORD	KRAKOW	JET2.COM LTD	190
LEEDS BRADFORD	KRAKOW	RYANAIR	420
LEEDS BRADFORD	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	209
LEEDS BRADFORD	WROCLAW	RYANAIR	212

LIVERPOOL	GDANSK	WIZZ AIR	396
LIVERPOOL	KATOWICE	RYANAIR	1
LIVERPOOL	KATOWICE	WIZZ AIR	260
LIVERPOOL	KRAKOW	EASYJET UK LTD	315
LIVERPOOL	KRAKOW	RYANAIR	341
LIVERPOOL	POZNAN	RYANAIR	214
LIVERPOOL	SZCZECIN (GOLENOW)	RYANAIR	208
LIVERPOOL	WARSAW (CHOPIN)	WIZZ AIR	272
LIVERPOOL	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	342
LIVERPOOL	WROCLAW	RYANAIR	212
GATWICK	GDANSK	WIZZ AIR	384
GATWICK	KRAKOW	EASYJET UK LTD	1080
GATWICK	KRAKOW	ENTER AIR	1
GATWICK	KRAKOW	THOMAS COOK AIRLINES LTD	2
GATWICK	KRAKOW	TITAN AIRWAYS LTD	2
GATWICK	LODZ LUBLINEK	ENTER AIR	2
GATWICK	LODZ LUBLINEK	RYANAIR	1
GATWICK	SZCZECIN (GOLENOW)	RYANAIR	1
GATWICK	WARSAW (CHOPIN)	EASYJET UK LTD	100
GATWICK	WARSAW (CHOPIN)	ENTER AIR	1
GATWICK	WARSAW (CHOPIN)	TOYO AVIATION	1
HEATHROW	KRAKOW	BRITISH AIRWAYS PLC	726
HEATHROW	WARSAW (CHOPIN)	BRITISH AIRWAYS PLC	1379
HEATHROW	WARSAW (CHOPIN)	LOT-POLISH AIRLINES	2095
LONDON CITY	WARSAW (CHOPIN)	LOT-POLISH AIRLINES	1189
LUTON	BYDGOSZCZ	RYANAIR	313
LUTON	GDANSK	RYANAIR	1
LUTON	GDANSK	WIZZ AIR	1688
LUTON	GDANSK	WIZZ AIR UK LTD	10
LUTON	KATOWICE	ENTER AIR	2
LUTON	KATOWICE	RYANAIR	2
LUTON	KATOWICE	WIZZ AIR	1799
LUTON	KRAKOW	EASYJET UK LTD	424
LUTON	KRAKOW	RYANAIR	72
LUTON	KRAKOW	WIZZ AIR	350
LUTON	KRAKOW	WIZZ AIR UK LTD	571
LUTON	LUBLIN (PORT LOTNICZY)	WIZZ AIR UK LTD	802
LUTON	POZNAN	WIZZ AIR	216
LUTON	POZNAN	WIZZ AIR UK LTD	551
LUTON	RZESZOW	RYANAIR	310
LUTON	RZESZOW	TUI AIRWAYS LTD	2
LUTON	SZYMANY (MAZURY)	RYANAIR	1
LUTON	SZYMANY (MAZURY)	WIZZ AIR UK LTD	256
LUTON	WARSAW (CHOPIN)	WIZZ AIR	2370

LUTON	WARSAW (CHOPIN)	WIZZ AIR UK LTD	2
LUTON	WROCLAW	WIZZ AIR	968
STANSTED	BYDGOSZCZ	RYANAIR	664
STANSTED	GDANSK	RYANAIR	1205
STANSTED	KATOWICE	RYANAIR	729
STANSTED	KRAKOW	EASYJET UK LTD	2
STANSTED	KRAKOW	RYANAIR	2044
STANSTED	KRAKOW	TITAN AIRWAYS LTD	8
STANSTED	LODZ LUBLINEK	RYANAIR	612
STANSTED	LODZ LUBLINEK	SUNDAIR GMBH	1
STANSTED	LUBLIN (PORT LOTNICZY)	RYANAIR	106
STANSTED	POZNAN	RYANAIR	942
STANSTED	RZESZOW	RYANAIR	763
STANSTED	SZCZECIN (GOLENOW)	RYANAIR	645
STANSTED	SZYMANY (MAZURY)	RYANAIR	301
STANSTED	WARSAW (CHOPIN)	EUROPE AIRPOST	1
STANSTED	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	2248
STANSTED	WROCLAW	RYANAIR	1224
MANCHESTER	GDANSK	RYANAIR	282
MANCHESTER	KATOWICE	RYANAIR	60
MANCHESTER	KRAKOW	EASYJET UK LTD	351
MANCHESTER	KRAKOW	JET2.COM LTD	2
MANCHESTER	KRAKOW	JET2.COM LTD	396
MANCHESTER	KRAKOW	RYANAIR	466
MANCHESTER	KRAKOW	TITAN AIRWAYS LTD	2
MANCHESTER	RZESZOW	RYANAIR	220
MANCHESTER	WARSAW (CHOPIN)	JOTA AVIATION LTD	2
MANCHESTER	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	303
MANCHESTER	WROCLAW	RYANAIR	276
NEWCASTLE	GDANSK	RYANAIR	120
NEWCASTLE	KRAKOW	JET2.COM LTD	210
NEWCASTLE	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	50
NEWCASTLE	WROCLAW	RYANAIR	217
SOUTHEND	WARSAW (CHOPIN)	LOT-POLISH AIRLINES	1

4.2. Siatka połączeń lotniczych na koniec 2020 wraz z liczbą wykonanych lotów: łącznie wykonano 2 598 lotów do Polski.

WYLOT Z:	PRZYLOT DO:	LINIA LOTNICZA	LICZBA LOTÓW
ABERDEEN	GDANSK	WIZZ AIR	9
BELFAST INTERNATIONAL	KRAKOW	EASYJET UK LTD	10
BELFAST INTERNATIONAL	KRAKOW	RYANAIR	9
BIRMINGHAM	BYDGOSZCZ	RYANAIR	14
BIRMINGHAM	GDANSK	RYANAIR	23

BIRMINGHAM	KATOWICE	RYANAIR	10
BIRMINGHAM	KRAKOW	JET2.COM LTD	9
BIRMINGHAM	KRAKOW	RYANAIR	29
BIRMINGHAM	KRAKOW	WIZZ AIR	12
BIRMINGHAM	POZNAN	WIZZ AIR	8
BIRMINGHAM	WARSAW (CHOPIN)	LUFTHANSA	0
BIRMINGHAM	WARSAW (CHOPIN)	WIZZ AIR	9
BIRMINGHAM	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	16
BIRMINGHAM	WROCLAW	WIZZ AIR	8
BOURNEMOUTH	KRAKOW	RYANAIR	9
BRISTOL	GDANSK	RYANAIR	11
BRISTOL	KATOWICE	RYANAIR	1
BRISTOL	KATOWICE	WIZZ AIR	9
BRISTOL	KRAKOW	EASYJET UK LTD	14
BRISTOL	KRAKOW	RYANAIR	35
BRISTOL	POZNAN	RYANAIR	14
BRISTOL	RZESZOW	RYANAIR	9
BRISTOL	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	18
BRISTOL	WROCLAW	RYANAIR	10
DONCASTER SHEFFIELD	GDANSK	WIZZ AIR	18
DONCASTER SHEFFIELD	KATOWICE	WIZZ AIR	18
DONCASTER SHEFFIELD	KRAKOW	WIZZ AIR	8
DONCASTER SHEFFIELD	POZNAN	WIZZ AIR	13
DONCASTER SHEFFIELD	WARSAW (CHOPIN)	WIZZ AIR	11
DONCASTER SHEFFIELD	WROCLAW	WIZZ AIR	9
EAST MIDLANDS INTERNATIONAL	KRAKOW	RYANAIR	15
EAST MIDLANDS INTERNATIONAL	LODZ LUBLINEK	RYANAIR	12
EAST MIDLANDS INTERNATIONAL	RZESZOW	RYANAIR	14
EAST MIDLANDS INTERNATIONAL	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	12
EAST MIDLANDS INTERNATIONAL	WROCLAW	RYANAIR	20
EDINBURGH	GDANSK	RYANAIR	24
EDINBURGH	GDANSK	WIZZ AIR	13
EDINBURGH	KATOWICE	RYANAIR	10
EDINBURGH	KRAKOW	EASYJET UK LTD	11
EDINBURGH	KRAKOW	RYANAIR	45
EDINBURGH	POZNAN	RYANAIR	12
EDINBURGH	WARSAW (CHOPIN)	WIZZ AIR	18
EDINBURGH	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	30
EDINBURGH	WROCLAW	RYANAIR	9
GLASGOW	KRAKOW	JET2.COM LTD	9
GLASGOW	KRAKOW	RYANAIR	9
GLASGOW	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	9
GLASGOW	WROCLAW	RYANAIR	10
LEEDS BRADFORD	GDANSK	RYANAIR	13

LEEDS BRADFORD	KATOWICE	JET2.COM LTD	1
LEEDS BRADFORD	KRAKOW	JET2.COM LTD	17
LEEDS BRADFORD	KRAKOW	RYANAIR	37
LEEDS BRADFORD	WARSAW (CHOPIN)	LOT-POLISH AIRLINES	1
LEEDS BRADFORD	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	10
LEEDS BRADFORD	WROCLAW	RYANAIR	10
LIVERPOOL (JOHN LENNON)	GDANSK	WIZZ AIR	15
LIVERPOOL (JOHN LENNON)	GDANSK	WIZZ AIR	15
LIVERPOOL (JOHN LENNON)	KATOWICE	WIZZ AIR	8
LIVERPOOL (JOHN LENNON)	KRAKOW	EASYJET UK LTD	13
LIVERPOOL (JOHN LENNON)	KRAKOW	RYANAIR	18
LIVERPOOL (JOHN LENNON)	KRAKOW	RYANAIR	19
LIVERPOOL (JOHN LENNON)	POZNAN	RYANAIR	9
LIVERPOOL (JOHN LENNON)	SZCZECIN (GOLENOW)	RYANAIR	9
LIVERPOOL (JOHN LENNON)	WARSAW (CHOPIN)	WIZZ AIR	9
LIVERPOOL (JOHN LENNON)	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	15
LIVERPOOL (JOHN LENNON)	WROCLAW	RYANAIR	9
GATWICK	GDANSK	WIZZ AIR	26
GATWICK	KRAKOW	EASYJET UK LTD	46
GATWICK	KRAKOW	ENTER AIR	1
HEATHROW	KRAKOW	BRITISH AIRWAYS PLC	19
HEATHROW	WARSAW (CHOPIN)	BRITISH AIRWAYS PLC	57
HEATHROW	WARSAW (CHOPIN)	LOT-POLISH AIRLINES	181
LONDON CITY	WARSAW (CHOPIN)	LOT-POLISH AIRLINES	105
LUTON	BYDGOSZCZ	RYANAIR	14
LUTON	GDANSK	WIZZ AIR	53
LUTON	KATOWICE	EASYJET UK LTD	1
LUTON	KATOWICE	WIZZ AIR	62
LUTON	KRAKOW	EASYJET UK LTD	17
LUTON	KRAKOW	RYANAIR	19
LUTON	KRAKOW	WIZZ AIR	50
LUTON	LUBLIN (PORT LOTNICZY)	WIZZ AIR UK LTD	30
LUTON	POZNAN	WIZZ AIR UK LTD	27
LUTON	RZESZOW	RYANAIR	14
LUTON	SZYMANY (MAZURY)	WIZZ AIR UK LTD	11
LUTON	WARSAW (CHOPIN)	WIZZ AIR	95
LUTON	WROCLAW	WIZZ AIR	36
STANSTED	BYDGOSZCZ	RYANAIR	29
STANSTED	GDANSK	RYANAIR	51
STANSTED	GDANSK	WIZZ AIR	1
STANSTED	KATOWICE	RYANAIR	43
STANSTED	KRAKOW	RYANAIR	85
STANSTED	LODZ LUBLINEK	RYANAIR	26
STANSTED	LODZ LUBLINEK	RYANAIR	27

STANSTED	POZNAN	RYANAIR	41
STANSTED	RZESZOW	RYANAIR	20
STANSTED	RZESZOW	RYANAIR	24
STANSTED	SZCZECIN (GOLENOW)	RYANAIR	23
STANSTED	SZYMANY (MAZURY)	RYANAIR	10
STANSTED	SZYMANY (MAZURY)	RYANAIR	11
STANSTED	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	97
STANSTED	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	97
STANSTED	WROCLAW	RYANAIR	54
STANSTED	WROCLAW	RYANAIR	53
MANCHESTER	GDANSK	RYANAIR	10
MANCHESTER	GDANSK	RYANAIR	10
MANCHESTER	KATOWICE	RYANAIR	15
MANCHESTER	KATOWICE	RYANAIR	14
MANCHESTER	KRAKOW	EASYJET UK LTD	18
MANCHESTER	KRAKOW	JET2.COM LTD	18
MANCHESTER	KRAKOW	RYANAIR	23
MANCHESTER	RZESZOW	RYANAIR	12
MANCHESTER	WARSAW (MODLIN MASOVIA)	RYANAIR	9
MANCHESTER	WROCLAW	RYANAIR	11
NEWCASTLE	KRAKOW	JET2.COM LTD	9
NEWCASTLE	WROCLAW	RYANAIR	10

5. Popyt na polskie produkty turystyczne

Obserwując ofertę portali bookingowych w roku 2020 r. można było zauważyć, że dominowały wyjazdy typu city breaks i jest to tendencja utrzymująca się od lat, której nawet pandemia nie zmieniła. Nadal na czele jest Kraków, a zaraz za nim Warszawa, Gdańsk, Wrocław oraz Poznań. Kraków jest jedynym polskim miastem, który odnotował wzrost w bookingach na platformie lastminute.com. W 2019 poziom rezerwacji wyniósł 4 907, natomiast w 2020 mamy już 5 452 bookingów w okresie od stycznia do sierpnia. Nie bez znaczenia był tutaj fakt utrzymania Polski na liście korytarzy powietrznych przez okres całych wakacji, jak również stosunkowo niska zachorowalność na wirusa podczas pierwszej fali, w porównaniu z tą, która przetoczyła się przez Wielką Brytanię.

Zapytania do Ośrodka dotyczyły głównie sytuacji epidemiologicznej w Polsce oraz kwestii związanych z możliwością wjazdu do kraju, kwarantanny oraz innych obostrzeń.

6. Analiza wybranych działań

1. DO THIS NOW, TO GET THIS LATER

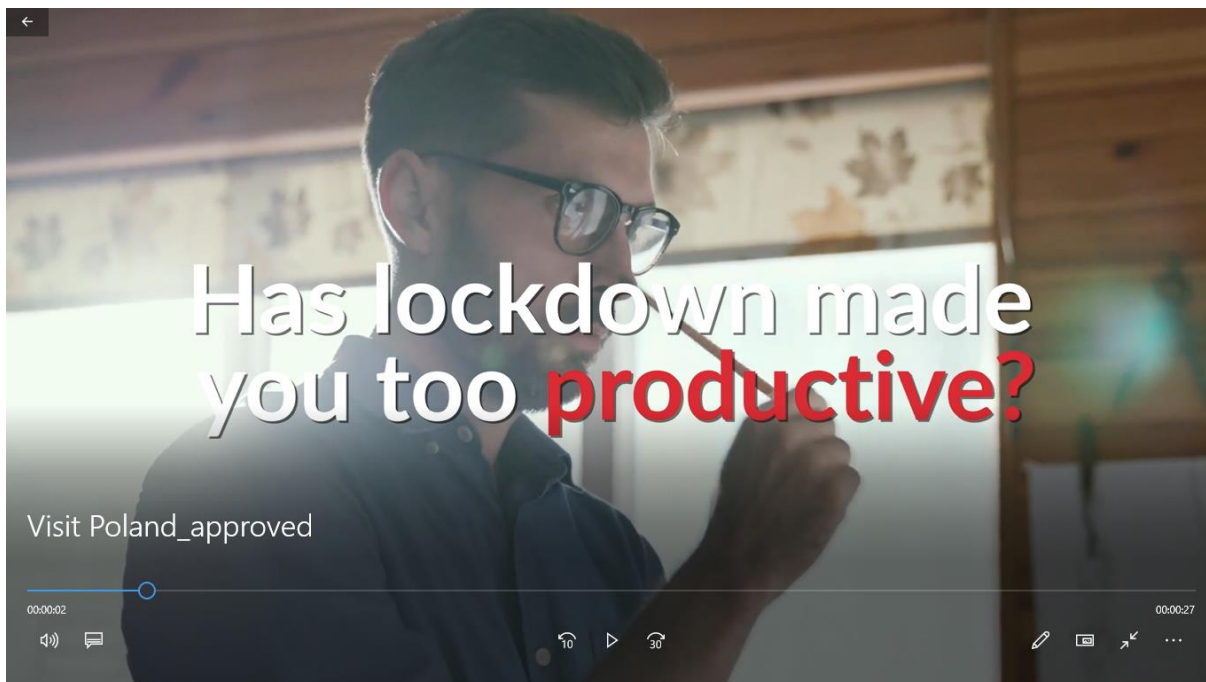
Wielozasięgowa kampania marketingowa online prowadzona pod hasłem „DO THIS NOW, TO GET THIS LATER”, której celem było podtrzymanie zainteresowania podróżami do Polski w momencie, kiedy fizycznie nie było takiej możliwości. Kampania prowadzona była w terminie 25 maja – 22 czerwca 2020 na platformie społecznościowej Facebook. Kampania opierała się na brytyjskim poczuciu humoru i idealnie wpasowała się w nastroje, jakie panowały w społeczeństwie. Cykl reklam promował turystykę aktywną. Do ich stworzenia posłużono się zdjęciami pozyskanymi od mieszkańców Wielkiej Brytanii, które następnie połączono ze zdjęciami z biblioteki POT. Takie podejście zaowocowało wysokiej jakości kracjami, dzięki którym kampania uzyskała prawie milion wyświetleń, a stopień zaangażowania pod postami wyniósł 19 345. Co warto podkreślić, była to pierwsza kampania, jaką jakkolwiek „Tourism board” zrobił w pierwszym etapie lockdownu.





2. RE(LOSE) YOURSELF IN POLAND

Kampania internetowa była przeprowadzona na platformach w social mediach (Facebook) pod hasłem „RE(LOSE) YOURSELF IN POLAND”. Kampania opierała się na specjalnie wyprodukowanym materiale video, w którym wykorzystano zarówno materiał filmowy z terenu Wielkiej Brytanii pokazujący, jak ludzie radzili sobie w czasie lockdownu, jak również materiał promocyjny POT, w którym pokazane były najpiękniejsze fragmenty Polski. Po ich połączeniu powstał atrakcyjny materiał reklamowy. Wystartował dokładnie w momencie otwarcia się granic, czyli w sierpniu 2020 roku. Celem kampanii było zachęcenie Brytyjczyków do odwiedzenia Polski w czasie wakacji. Materiał video wyróżniał się na tle konkurencji zwłaszcza z uwagi na pokazanie w nim osób pochodzących z różnych środowisk i podkreślenie tym samym, zarówno zróżnicowanego społeczeństwa Wielkiej Brytanii, jak i otwartości Polski na turystów z całego świata. Wyniki tej kampanii to ponad 6 milionów wyświetleń i ponad 3 miliony zasięgu.



7. Analiza zachowań konkurencji

W 2020 roku większość destynacji wstrzymało całkowicie działania marketingowe lub też znacząco okroiło planowanie kampanii ograniczając swoją komunikację do kanałów internetowych, zwłaszcza platform społecznościowych. Działania miały na celu podtrzymanie zainteresowania destynacją, bez wyraźnego namawiania do podróżowania – zwłaszcza podczas lockdown. Z uwagi na specyfikę rynku brytyjskiego, na którym są bardzo mocne ograniczenia związane z outdoorem i reklamą w strefie publicznej, większość krajów konkurencyjnych od lat nie prowadzi tego typu kampanii, kładąc przy tym nacisk na rozwijanie swoich kanałów internetowych.

1. LITWA/ GO VILNIUS

Miasto Wilno przeprowadziło kampanię pod hasłem „*Vilnius, amazing wherever you think it is*”, która była częścią kampanii prowadzonej również na innych europejskich rynkach (Berlin). W Wielkiej Brytanii objęła ona dwa miasta: Londyn oraz Liverpool. Na poczet kampanii utworzono stronę internetową, a także szereg spotów. Ideą kampanii było pokazanie, że mieszkańcy Europy Zachodniej nie wiedzą, gdzie leży Wilno. Klip był nagrany w formie wywiadu na ulicy, podczas którego pytano w jakim kraju znajduje się Wilno. Odpowiedzi to: we Włoszech, Etiopii, Finlandii. Miało to na celu pokazanie, że gdziekolwiek ludzie myślą, że jest Wilno, to miasto jest warte odwiedzenia.

Oprócz kampanii w Internecie pojawiła się ona również na stacjach metra w Londynie i w Liverpoolu, mimo tego, że obowiązywał lockdown. Koszt zakupu mediów do kampanii to: 411 557 GBP.



Go Vilnius: Amazing, Wherever You Think It Is

Location: Lithuania

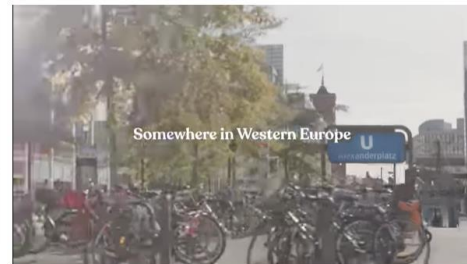
Client: Go Vilnius
Date: Feb 2020

Overall Rating



5/5
6 votes

Vote >



2. FEEL SLOVENIA / SŁOWENIA

Słowenia w 2020 położyła akcent wyłącznie na promocję w Internecie, a zwłaszcza na organizację webinarium kulinarnych. Promowane były głównie produkty ekologiczne oraz szlaki winne. Do projektu zaproszono lokalnych producentów oraz znanych szefów kuchni. Webinaria odbywały się w formie Live na Facebooku. W ramach tego cyklu przeprowadzono cztery poniższe webinaria, które kierowane były do konsumentów:

- Webinar 1: Zielona Gastronomia/ produkty ekologiczne i organiczne (Hisa Franko)
- Webinar 2: Trzy główne kierunki gastronomiczne w Słowenii
- Webinar 3: Podróż kulinarna z 7 producentami ze Słowenii
- Webinar 4: Gotowanie kreatywne

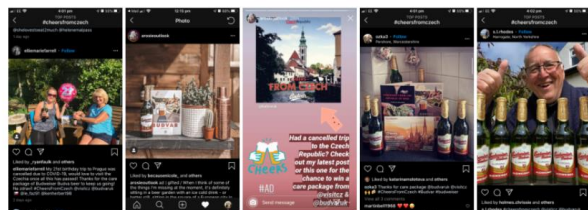


W czerwcu 2020 roku Słowenia przeprowadziła webinarium dla Travel Agentów z rynku Wielkiej Brytanii. Tematyką webinarium było zaprezentowanie wszystkich walorów kraju, począwszy od stolicy, a na parkach krajobrazowych kończąc.



3. CZECHY/ CHEERS FROM CZECH

Czechy przeprowadziły we współpracy z browarem Budweiser Budvar kampanię pod tytułem „Cheers From Czech”. Prowadzona była w Internecie i opierała się na wielu konkursach, w których można było wygrać czeskie piwo z dostawą do domu. W ramach kampanii zrealizowano również wirtualne zwiedzanie Pragi.



8. Mierniki działań promocyjnych

L.p.		Rok 2019		Rok 2020	
1.	Podróże prasowe i studyjne				
	Liczba przyjętych dziennikarzy	23		6	
	Liczba przyjętych przedstawicieli zagranicznych touroperatorów	120		4	
	Liczba blogerów/influencerów lub innych	0		1	
2.	Touroperatorzy				
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy posiadają w swojej ofercie Polskę – stan na koniec 2020 r.	116		115	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy w 2020 r. wprowadzili do swojej oferty Polskę	17		0	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy w 2020 r. wycofali ze swojej ofert Polskę / którzy, posiadali Polskę w ofercie i zaprzestali działalności w 2020 roku	2		1	
	Liczba przedstawicieli zagranicznych/polskich touroperatorów uczestniczących w warsztatach turystycznych	Z	P	Z	P
	100	22	100	0	
3.	Liczba adresów w bazie newslettera				
	system Freshmail	0		0	
	inne niż Freshmail	0		0	
4.	Liczba wejść na strony internetowe ZOPOT	90 701		190 392	
5.	Media społecznościowe - liczba osób, które to lubią				
	Facebook	15 000		15 858	
	Instagram	2 866		3 153	
	Twitter	3 564		3 844	
	inne*	-		-	
	blog**	-		-	
6.	Liczba uczestników seminariów i prezentacji na temat Polski	250		100	
7.	Wartość artykułów (w tym w mediach elektronicznych) i audycji radiowych i telewizyjnych publikowanych/emitowanych w 2020 roku, liczona według ceny reklamy w GBP w tym:	1 741 441		706 653	
	o na skutek organizacji podróży prasowych	415 461		42 614	
	o na skutek wszystkich działań PR Ośrodka z wyłączeniem podróży prasowych	1 325 980		664 039	
8.	Zasięg materiałów opublikowanych w Internecie w efekcie podróży influencerskich	-		1 764	

9. Współpraca w realizacji działań promocyjnych

9.1. Środki zaangażowane przez podmioty współfinansujące działania promocyjne realizowane przez ZOPOT. Dane w GBP.

	Projekt 1		Projekt 2		Razem	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Branża	bd	0,00	bd	3 115,00	0,00	3 115,00
Regiony	Bd	2 518,00	bd	488,54	Bd	3 006,50
Placówki dyplomatyczne	0,00	0,00	0,00	0,00	Bd	0,00
Inne	0,00	0,00	0,00	0,00	Bd	0,00
Razem	0,00	2 518,00	0,00	3 603,54	0,00	6 121,50

9.2. Najaktywniejsi, na rynku działania ZOPOT, przedstawiciele polskiej branży turystycznej oraz regiony

Lp.	Nazwa podmiotu
1.	Miasto Kraków
2.	WOT + SBT
3.	Łódź