

## Jak blisko, JAK FAJNIE!

Kampania dedykowana mieszkańcom woj. kujawsko-pomorskiego i sąsiadom

start: czerwiec 2020

**Jak blisko, JAK FAJNIE!** to propozycja spędzania wolnego czasu adresowana do mieszkańców województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz województw ościennych. Pomysł na kampanię ma źródło w wyjątkowej sytuacji, w której znalazła się turystyka. W każdym z województw powstają inicjatywy mające na celu zatrzymanie mieszkańców „u siebie”.

Dokonując przeglądu haseł można odnieść wrażenie, że nadawcy komunikatów nade wszystko odwołują się do lokalnego patriotyzmu oraz potrzeby bezpieczeństwa. Rodzi to mało korzystne skojarzenie z faktem, że bieżący sezon wakacyjny daleki jest od swobodnego decydowania o tym gdzie i w jaki sposób spędzimy wolny czas. Szlachetne w istocie odwołanie się do sentymentu względem swojej małej ojczyzny przybiera formę niemal nakazową „zostań w...”.

Pomysł K-POT polega na budowaniu pozytywnego przekazu poprzez zestawienie komunikatów blisko = fajnie. 8. edycji „Paszportu Turystycznego” umacnia nas w przekonaniu, że istnieje spora grupa lojalnych uczestników regionalnego ruchu turystycznego, poszukujących co roku nowych propozycji. Kampania „Jak blisko, JAK FAJNIE” skierowana jest przede wszystkim do tych osób, które z powodu pandemii odwołały wyjazdy zagraniczne, tych, które obawiają się dalekich podróży w kraju, a pozostawanie w niewielkiej odległości od domu (lub wracanie na nocleg do domu) gwarantuje im poczucie bezpieczeństwa. Są w tym gronie turyści, którzy nie byli dotąd zainteresowani poznawaniem okolicy, zakładający (mimo braku doświadczeń), że nie znajdą tu niczego, co byłoby godne ich uwagi. Obecna sytuacja stwarza wyjątkową szansę dotarcia do sceptycznych odbiorców i zmiany ich modelu wypoczyniania (dłuższe wyjazdy zagraniczne nie pozostają w sprzeczności z krótkotrwałymi pobytami, np. weekendowymi, w pobliżu miejsca zamieszkania).

K-POT, poprzez kampanię Jak blisko, JAK FAJNIE! chce jak najlepiej wykorzystać bieżący sezon turystyczny do promocji „Kujawsko-Pomorskich Konstelacji dobrych miejsc”, wykazując poprzez różne narzędzia komunikacji marketingowej, jak bardzo koncepcja małych, urokliwych miejsc spotyka się z najnowszymi trendami w turystyce, zwłaszcza tymi, które jednoznacznie dookreśliły się w wyniku pandemii: slow (life, food, parenting), turystyka zrównoważona, undertourism, wątki związane z ekologią, silver tourism (gł. w uzdrowiskach).

Na specjalnej podstronie serwisu kujawsko-pomorskie.travel zebrano oferty turystyczne od gestorów atrakcji, miejsc noclegowych, muzeów, producentów żywności regionalnej. K-POT przeprowadzi kampanię na swoim fanpage’u (posty organiczne i sponsorowane), koncentrując zasięgi na woj. kujawsko-pomorskim oraz ościennych: pomorskim, wielkopolskim oraz mazowieckim; a także łódzkim. Internauci będą kierowani do podstrony z ofertami poszczególnych konstelacji. Podział na subregiony jest spójny z kampanią „Paszport do Natury” i uwzględnia 7 konstelacji: Bydgoszcz, Toruń, Kujawy, Pałuki, Bory Tucholskie, Pojezierze Brodnickie, Dolina Dolnej Wisły.

### Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna

Plac Teatralny 2, 87-100 Toruń

tel./fax +48 52 376 70 19

biuro@k-pot.pl

www.kujawsko-pomorskie.travel

