



ODPOCZYWAJ NA WSI



PODSTAWY DZIAŁAŃ

Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju

- Rozwój pozarolniczych funkcji gospodarstw rolnych, w tym m.in. rozwój oferty usług turystycznych, edukacyjnych, zdrowotnych i opiekuńczych.
- Obszary wiejskie rozwijające się w oparciu o endogeniczne potencjały gospodarcze.

Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku

- Turystyka na obszarach wiejskich jednym z priorytetowych obszarów produktów polskiej turystyki.
- Postulowanie działań dotyczących wsparcia m.in. w zakresie rozwoju turystycznych funkcji obszarów wiejskich, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki i ekoturystyki, a także rozwoju tradycyjnych produktów regionalnych.

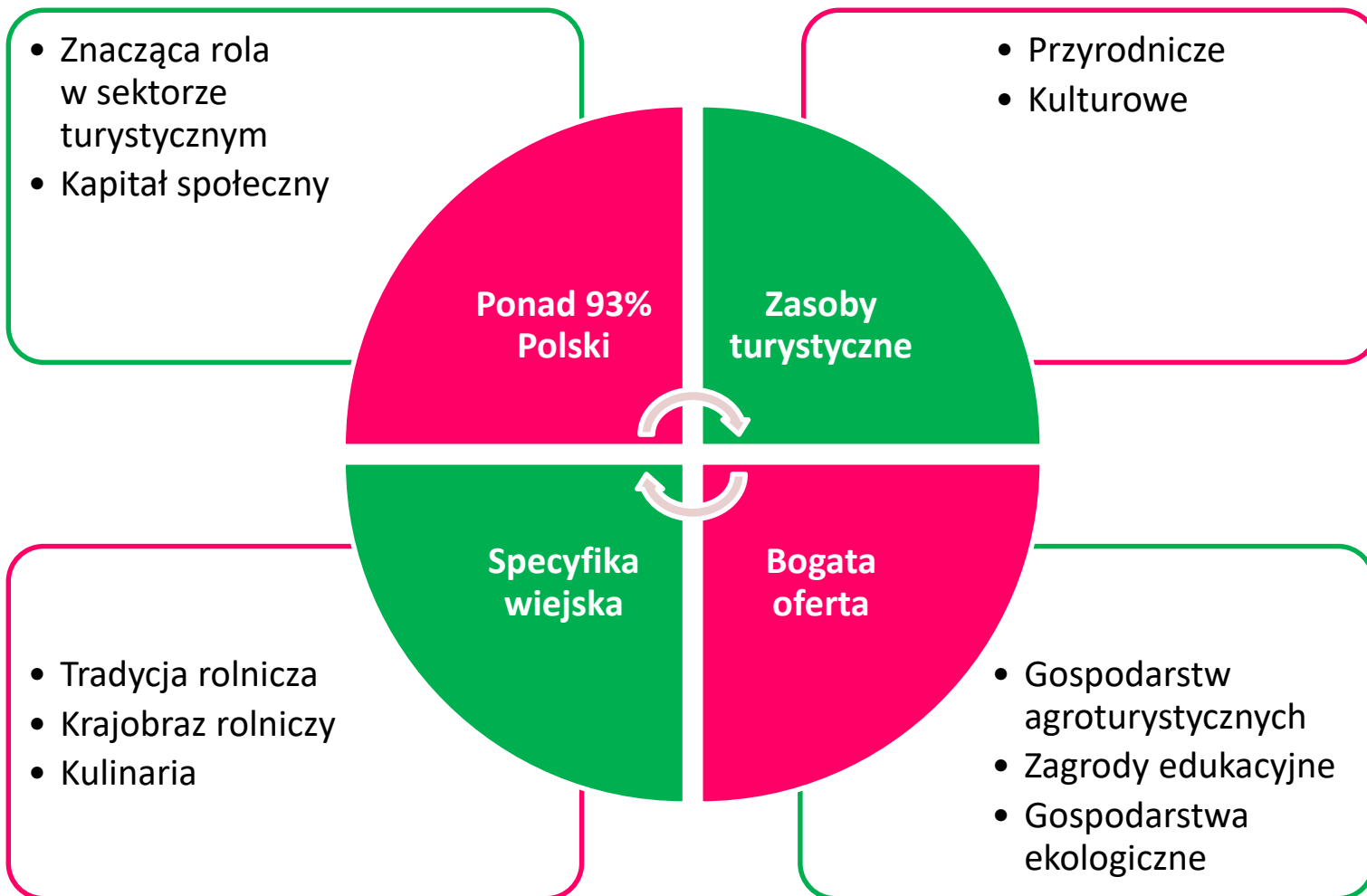
Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020

- Jedna z grup markowych produktów.
- Wysoko oceniona we wszystkich województwach.

Program Działań Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi na lata 2015-2019

- Zadanie 03.03.14. Rozwój funkcji turystycznych na obszarach wiejskich, które realizowane jest poprzez:
 - Aktywizowanie mieszkańców wsi do różnicowania działalności gospodarczej
 - Promocję różnych form turystyki i rekreacji kwalifikowanej
 - Wspieranie działań służących nawiązywaniu kontaktów
- Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

POTENCJAŁ



ANALIZA SWOT

MOCNE STRONY

- Znaczny **niezagospodarowany wizerunkowy potencjał „wyjściowy”**, w tym potencjały wizerunkowe produktów unikalnych
- Stosunkowo dobrze rozwinięta współpraca na poziomie lokalnym dotycząca wspólnych przedsięwzięć
- Organizacja wielu rozpoznawalnych lokalnych i regionalnych imprez i wydarzeń dotyczących polskiej wsi
- Uruchomione działania promocyjne na rzecz wizerunku turystyki – akcja „ODPOCZYWAJ NA WSI”
- Kategoryzacja gospodarstw z zaimplementowanym znakowaniem „Wypoczynek na wsi” oraz „Wypoczynek u rolnika ”

SŁABE STRONY

- Niewypracowany wizerunek turystyki wiejskiej (niezdefiniowany), nie odzwierciedlający w pełni kompleksowości i różnorodności oferty
- Niska świadomość różnorodności produktowej wśród odbiorców
- W większości przypadków **stosowanie od lat tych samych standardowych narzędzi promocyjnych o niskiej skuteczności**
- **Niestosowanie nowoczesnych technologii i innowacyjnych rozwiązań oraz niestandardowych narzędzi komunikacyjnych**
- Brak synchronizowanego kalendarza imprez promocyjnych na każdym poziomie działania

SZANSE

- Rosnąca świadomość konsumencka – wzrost potrzeb informacyjnych ze strony odbiorców
- Nowe możliwości komunikacyjne – nowe technologie, nowe rozwiązania i narzędzia
- **Rosnąca świadomość decydentów dotycząca roli promocji w budowaniu konkurencyjności produktów turystyki wiejskiej**
- Znaczny wzrost rangi informacji i zakupu usług za pośrednictwem Internetu

ZAGROŻENIA

- Duża liczba dostępnych dla odbiorców kanałów nowoczesnej informacji marketingowej
- Nienadążanie za trendami nowoczesnej technologii i nowymi rozwiązaniami komunikacyjnymi
- **Brak jasnej koncepcji i polityki promocji polskiej turystyki za granicą**
- **Brak wizerunku turystyki wiejskiej**

WNIOSKI I REKOMENDACJE

Potrzeby klientów

- Indywidualizacja potrzeb
- Konieczność różnicowania komunikacji

Działania promocyjne w skali MAKRO

- Brak opracowanej strategii
- Wspólne wartości marketingowe i komunikacyjne

Wizerunek i marka

- Konieczność budowy jednolitego wizerunku
- Marka parasolowa

Narzędzia promocyjne

- Nowe technologie i innowacyjne rozwiązania komunikacyjne
- Poszerzenie skali dotarcia do potencjalnych klientów

ESENCJA MARKI

ATRYBUTY

- Wiejska atmosfera
- Cisza i spokój
- Wiejskie produkty lokalne
- Tradycyjna kuchnia
- Gospodarstwo rolne
- Przestrzeń „poza cywilizacją”
- Tradycja i dziedzictwo

BENEFITY

- Kontakt z naturą
- Uczestnictwo w wiejskim życiu
- Kontakt z tradycją i dziedzictwem
- Zdrowie
- Edukacja , poznawanie życia na wsi
- Relaks dla ciała
- Slow life - wyciszenie
- Naturalne Jedzenie
- Niezapomniane przeżycia, wrażenia i doświadczenia

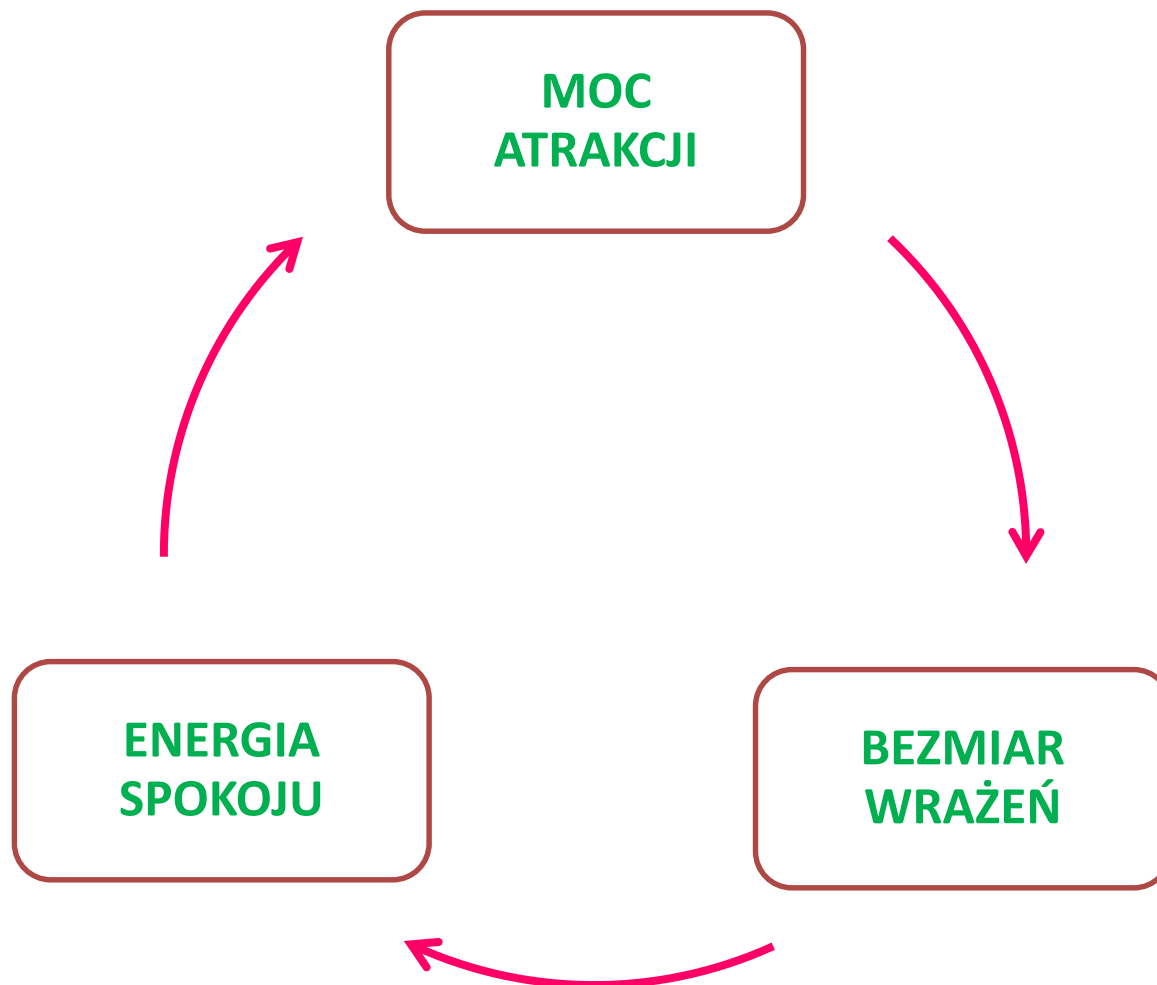
WARTOŚCI

- Ekologiczna
- Autentyczna
- Gościnna
- Otwarta
- Atrakcyjna
- Modna („Moda na turystykę wiejską”, Slow road)
- Ekscytująca
- Jedyna, niepowtarzalna, unikalna

OSOLOWOŚĆ

- Prawdziwa Autentyczna Wiejskość
- Rodzinność
- Jakość
- Tradycja i Nowoczesność
- Duma

BIG IDEA®

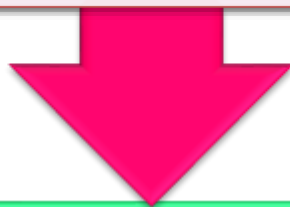


CEL: kreowanie wizerunku obszarów wiejskich, jako turystycznego rynku oferującego zróżnicowane i całoroczne atrakcje oraz podnoszenie rangi turystyki wiejskiej i agroturystyki w środowisku sektora turystycznego

Budowa konsumenckiej świadomości konkretnych produktów turystycznych w skali kraju/regionu.

Integracja środowiska turystyki wiejskiej i agroturystyki z przedstawicielami branży turystycznej.

Integracja sektora turystyki wiejskiej na poziomie organizacji pozarządowych.



EFEKT: poprawa wizerunku polskiej wsi jako obszarów nowoczesnych, przyjaznych i otwartych na turystów

Poprawa jakości informacji, które docierają do turystów o turystycznej ofercie obszarów wiejskich.

Wzrost konkurencyjności podmiotów turystycznych na rynku krajowym i zagranicznym.

Wydłużenie sezonu turystycznego i czasu pobytu turystycznego w obiektach turystyki wiejskiej

GRUPY DOCELOWE

Turysta na rynku krajowym i zagranicznym

- niemający kontaktu z obszarami wiejskimi
- szukający niestandardowych form na spędzenie wolnego czasu, za przystępną cenę,
- zainteresowany dziedzictwem naturalnym i kulinarnym, szczególnie typu „SLOW LIFE” „SLOW FOOD” i „EKO”
- spędzający czas wolny w różnych środowiskach: lądowym, wodnym i powietrznym, poza miejscem zamieszkania lub jego okolicach
- nastawiony na zdobywanie lub poszerzanie wiedzy w wybranym temacie lub dziedzinie

Branża turystyczna w Polsce

- o szerokim wachlarzu aktywności biznesowej
- prowadząca działalność związaną z organizowaniem lub promocją turystyki, dostarczaniem informacji turystycznej oraz prowadzeniem działalności gospodarczej związanej z hotelarstwem i zakwaterowaniem
- biorąca udział w wydarzeniach targowych i konferencyjnych

Stowarzyszenia kwaterodawców

- o zasięgu ogólnopolskim, regionalnym lub lokalnym stowarzyszającym obiekty turystyki wiejskiej
- prowadzące wszechstronne działania na rzecz promocji i rozwoju polskiej turystyki obszarów wiejskich

STOISKO 2016-2017

Nazwa imprezy	Miejsce	Termin
Międzynarodowe Targi Turystyczne TT WARSAW	Warszawa	24-26 listopad 2016 r.
Targi Regionów i Produktów Turystycznych TOUR SALON	Poznań	17-19 luty 2017 r.
Międzynarodowe Targi Turystyczne Wrocław	Wrocław	24-26 luty 2017 r.
Targi Regiony Turystyczne NA STYKU KULTUR	Łódź	17-19 marzec 2017 r.
Festiwal Turystyki i Czasu Wolnego FREE TIME	Gdańsk	1-2 kwiecień 2017 r.
Targi Turystyki i Wypoczynku LATO	Warszawa	21-23 kwiecień 2017 r.
Piknik nad Odrą. Targi Turystyczne Market Tour	Szczecin	13-14 maj 2017 r.
Międzynarodowe Targi Turystyki W Stronę Słońca	Opole	26-28 maj 2017 r.
Międzynarodowe Targi Turystyczne TT WARSAW	Warszawa	23-25 listopad 2017 r.



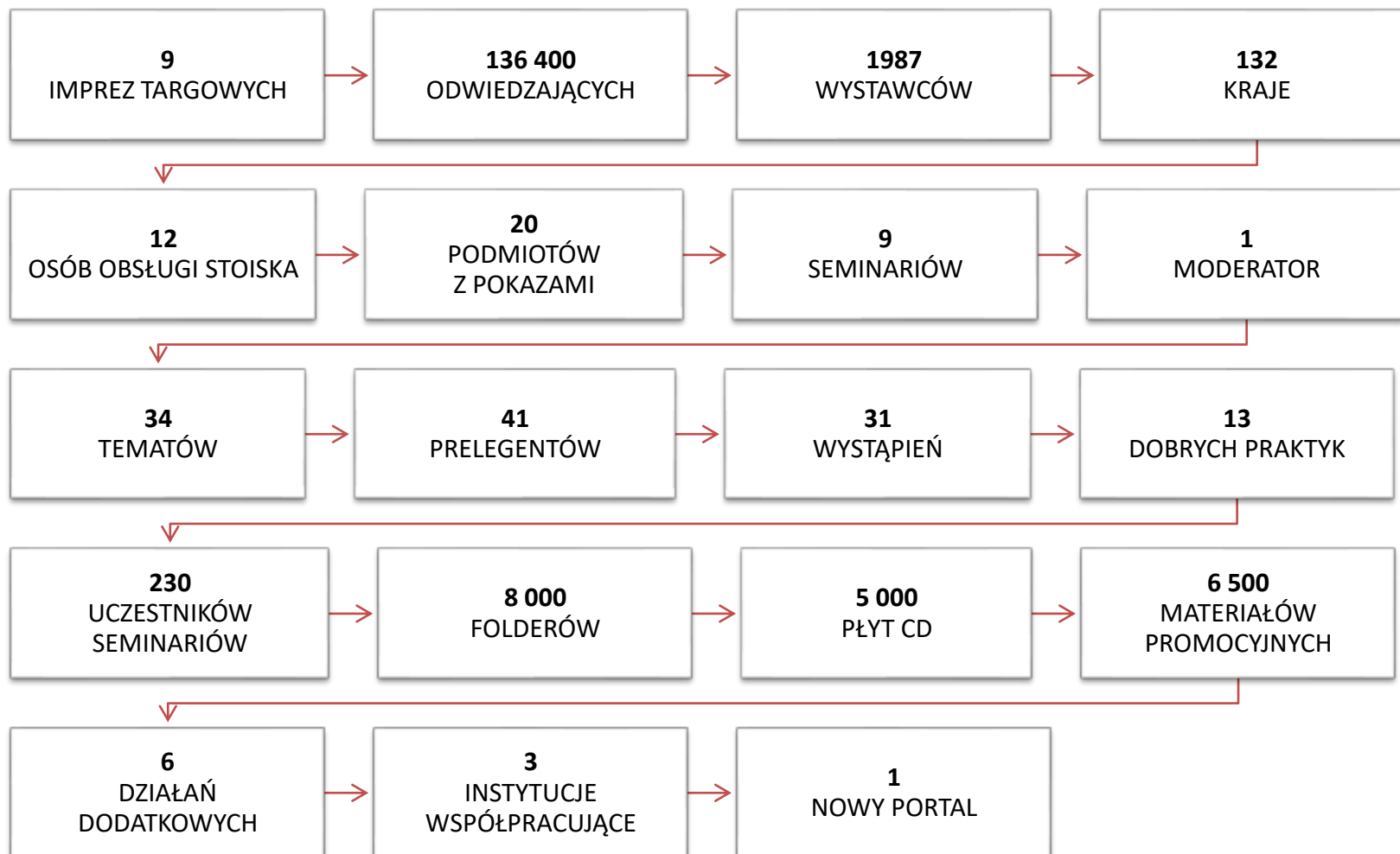
SEMINARIA 2016-2017



Nazwa imprezy	Miejsce	Termin
Promocja produktu turystyki wiejskiej i agroturystyki w kontekście nowych trendów rynku turystycznego	Warszawa	25 listopad 2016 r.
Budowa i promocja produktu turystyki wiejskiej i agroturystyki w oparciu o potencjał regionu	Poznań	18 luty 2017 r.
Specjalizacja oferty turystyki wiejskiej	Wrocław	24 luty 2017 r.
Dziedzictwo kulturowe jako ważny element produktu turystyki wiejskiej	Łódź	17 marzec 2017 r.
Aktywność liderów wiejskich jako ważny czynnik rozwoju turystyki na obszarach wiejskich	Gdańsk	1 kwiecień 2017 r.
Dziedzictwo polskiej wsi jako główny potencjał budowania oferty turystyki wiejskiej	Warszawa	22 kwiecień 2017 r.
Partnerstwa w działaniach na rzecz rozwoju i promocji turystyki wiejskiej	Szczecin	13 maj 2017 r.
Komercjalizacja produktu turystyki wiejskiej	Opole	27 maj 2017 r.
Wykorzystanie nowych technologii w promocji turystyki wiejskiej	Warszawa	24 listopad 2017 r.



STATYSTYKI 2016-2017



DZIAŁANIA DODATKOWE



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



DZIAŁANIA DODATKOWE



DZIAŁANIA DODATKOWE



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA





ZASIĘG I HORYZONT CZASOWY

2018

... 2023

2016 ...

Rynek krajowy

- 11 miast w Polsce

Rynek zagraniczny

- Niemcy (Berlin)
- Szwecja (Sztokholm)
- Wielka Brytania (Londyn)

IMPREZY KRAJOWE W 2018 R.

Nazwa imprezy	Miejsce	Termin
Targi Regionów i Produktów Turystycznych TOUR SALON	Poznań	9-11 lutego 2018 r.
Międzynarodowe Targi Turystyczne Wrocław	Wrocław	23-25 lutego 2018 r.
Targi Regiony Turystyczne NA STYKU KULTUR	Łódź	16-18 marca 2018 r.
Targi Turystyczne WYPOCZYNEK	Toruń	24-25 marca 2018
Festiwal Turystyki i Czasu Wolnego FREE TIME	Gdańsk	7-8 kwietnia 2018 r.
Targi Turystyki i Wypoczynku LATO	Warszawa	13-15 kwietnia 2018 r.
Piknik nad Odrą. Targi Turystyczne MARKET TOUR	Szczecin	12-13 maja 2018 r.
Lubelskie Targi Turystyczne	Lublin	18-20 maja 2018 r.
Międzynarodowe Targi Turystyki W Stronę Słońca	Opole	25-27 maja 2018 r.
World Travel Show	Nadarzyn	19-21 października 2018 r.
Międzynarodowe Targi Turystyczne TT WARSAW	Warszawa	22-24 listopada 2018 r.

DZIAŁANIA DODATKOWE W 2018 ROKU

KAMPANIA REKLAMOWA KRAJOWA

- Edukacyjno-promocyjna kampania telewizyjna
- platforma www.odpoczywajnawsi.pl
- współpraca z influencerami

KAMPANIA REKLAMOWA ZAGRANICZNA

- Wykorzystanie internetu
- Linki sponsorowane



Dziękujemy za uwagę

ROBERT JAKUBIK

Zastępca Dyrektora

Departament Spraw Społecznych i Oświaty Rolniczej
Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

KATARZYNA ORZECZOWSKA

Koordynator projektu „Odpoczywaj na wsi”

telefon: 22 623 23 26; fax. 22 623 16 27

E-mail: Katarzyna.Orzechowska@minrol.gov.pl