



## **Akcja #CityWillWait wyróżniona w międzynarodowym konkursie**

2020-10-15

**#CityWillWait - tak 13 polskich miast, w tym Kraków, zachęcało turystów krajowych i zagranicznych do odwiedzin, w oczekiwaniu na zniesienie pierwszych pandemicznych ograniczeń w podróżowaniu. Akcja, którą w maju zainicjowała Gdańska Organizacja Turystyczna, została właśnie laureatem Konkursu Dobrych Praktyk na Kongresie Współpracy Transgranicznej Lublin 2020.**

W stolicy Małopolski kampania odbywała się pod hasłem #KrakowWillWait. Akcja była skierowana na rynek krajowy oraz na rynki zagraniczne - miała promować ofertę turystyczną Krakowa, dziedzictwo miasta, jego atrakcje i zabytki, oraz podtrzymywać zamiłowanie do podróżowania.

Komunikację jako pierwszy rozpoczął Gdańsk, a potem do akcji systematycznie przyłączały się kolejne metropolie m.in. Łódź, Poznań, Warszawa, Opole, Sopot, Kielce, Toruń, Lublin i Olsztyn. Wszystkie miasta partnerskie połączyło wspólne staranie, aby przezwyciężyć kryzys, jaki w turystyce spowodowała pandemia, oraz wspólne hasło: #CityWillWait. Działania prowadzone były na portalach internetowych i mediach społecznościowych, a wyróżniała je spójna i oryginalna identyfikacja wizualna.

Kampania nie tylko spełniła związane z nią oczekiwania, ale została też zauważona i wyróżniona w międzynarodowym Konkursie Dobrych Praktyk w kategorii kultura i turystyka, przeprowadzonym w ramach Kongresu Współpracy Transgranicznej Lublin 2020. Tegoroczna edycja konkursu miała wyłonić najlepsze rozwiązania wdrożone po to, aby sprostać wyzwaniom w czasie pandemii COVID-19. Organizatorzy oceniali 49 praktyk z wielu krajów, m.in. Autonomii Palestyńskiej, Gruzji, Hiszpanii, Francji, Litwy, Łotwy, Polski, Turcji i Ukrainy. Nagrody przyznano w pięciu kategoriach: samorząd, kultura i turystyka, edukacja, pomoc społeczna oraz przedsiębiorczość. W każdej z kategorii komisja konkursowa wybrała także trzech laureatów, jednym z nich była właśnie inicjatywa #CityWillWait.

Jury doceniło fakt, że celem akcji #CityWillWait było podtrzymanie zainteresowania podróżami wśród turystów w czasie kwarantanny, wsparcie lokalnej branży turystycznej w polskich miastach i wzajemne promowanie oferty turystycznej miast, które włączyły się w inicjatywę. Akcja #CityWillWait zyskała szeroki zasięg zarówno w Polsce, jak i na świecie, była promowana przez zagraniczne ośrodki Polskiej Organizacji Turystycznej.