

Szansa dla Mazowsza



Autor: Arch. MROT

Najpierw pandemia, potem wojna tuż za granicą. Co to oznacza dla mazowieckiej turystyki?

Podczas gali z okazji 15-lecia MROT została Pani odznaczona za zasługi dla województwa mazowieckiego medalem „Pro Masovia”, a portal WaszaTurystyka.pl uznał Panią za ósmą ze stu najbardziej wpływowych osób w polskiej turystyce.

Na pewno jest to sukces i zwieńczenie mojej blisko dwudziestopięcioletniej pracy w tym zakresie. Jest on jednak nie tylko mój, bo w turystyce samemu niczego się nie osiągnie – tu potrzebna jest współpraca wielu ludzi.

W tym sukcesie swój udział mieli na pewno ci, z którymi na co dzień pracuję w urzędzie marszałkowskim i w Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (MROT). Sukcesem jest też to, że w ogóle urzędnik został zauważony w takim gremium, tym bardziej, że osoby, które znajdują się na tej liście, działają na skalę całego kraju.

Polska znalazła się na pierwszym miejscu wśród 23. najciekawszych atrakcji turystycznych według portalu CNN w 2023 r. Jakie korzyści może mieć z tego Mazowsze?

Olbrzymie. Od 24 lutego ub.r. jesteśmy postrzegani jako kraj zagrożenia, frontowy. Ten ranking jest więc dużą szansą, by zaistnieć w świadomości osób, które wybierają miejsca na wypoczynek. Liczę, że to pomoże również pokazać, że jesteśmy krajem bezpiecznym, że można tu przyjechać i wypocząć. Mam nadzieję, że to pozwoli również mówić głośno na temat Polski jako destynacji turystycznej. Warszawa jest jednym z głównych miejsc absorpcji ruchu turystycznego. Naszym zadaniem jest, aby tych, którzy przyjadą do stolicy, wyciągnąć na Mazowsze: pokazać, że wokół jest bogate w kulturę, historię i przyrodę

Na jakie działania mogli liczyć przedsiębiorcy z branży ze strony samorządu Mazowsza?

Po pierwsze – wizerunkowe wsparcie przedsiębiorców, działających na terenie województwa mazowieckiego w postaci kampanii „Odpocznij na Mazowszu”. Było też wsparcie finansowe poprzez konkursy celowane, wspierające te branże, które najbardziej ucierpiały. Samorząd Mazowsza był chwalony i doceniany, bo były to konkursy zamknięte, w których nie decydowała kolejność zgłoszeń, ale to, co było w danym przedsiębiorstwie faktycznie działalnością przeważającą.

Kampania „Odpocznij na Mazowszu” wystartowała w niełatwym dla branży czasie. Jakie owoce przyniosły jej kolejne odsłony?

Kampania pokazywała właśnie w najtrudniejszym czasie, że na Mazowszu jest bezpiecznie i możemy tutaj podróżować. Wpisała się w spotęgowany przez pandemię trend odchodzenia od dłuższych wypraw na rzecz częstszych, ale krótszych. Cieszę się, że również dzięki niej nie zniknęliśmy z orbity zainteresowania turystów.

UWAGA

Informacje opublikowane przed 1 stycznia 2021 r. dostępne są na stronie archiwum.mazovia.pl