



Odkryj Naszą Północ

KAMPANIA „NIE WYJEŹDŻAJ DALEKO, ODKRYJ NASZĄ PÓŁNOC”

PROMUJE TURYSTYKĘ W KUJAWSKO-POMORSKIEM

„Nie wyjeżdżaj daleko, odkryj Naszą Północ” to hasło kampanii organizowanej przez markę Specjal w partnerstwie z Kujawsko-Pomorską Organizacją Turystyczną. Akcja ma zachęcić Polaków do odkrywania piękna naszego regionu i skorzystania z bogatej oferty turystycznej.

By poczuć się jak w Wenecji, zobaczyć nasze Carcassonne i dziesiątki innych ciekawych miejsc, nie trzeba przekraczać żadnej granicy. – *Wszystkim Polakom szukającym jeszcze miejsca na wakacje, a także tym, którzy myślą o wypadzie na weekend chcemy pokazać, że całkiem blisko, w północnej Polsce czeka na nich piękno naszego regionu oraz doskonała infrastruktura i różnorodna oferta* – mówi **Magdalena Cichocka-Fronc**, Senior Brand Manager marki Specjal.

W czasach, gdy branża turystyczna przeżywa trudności, kampania organizowana przez markę Specjal ma na celu wsparcie turystyki w regionie. Komunikacja skierowana jest do pełnoletnich osób w Polsce poszukujących miejsca na wakacje, a także do samych mieszkańców trzech północnych województw, by zachęcić ich do lepszego poznania swoich okolic.

Kreacje reklamowe w kampanii przedstawiają atrakcje regionu i kierują wprost na portale turystyczne: pomorskie.travel, mazury.travel i kujawsko-pomorskie.travel. Znajdują się tam wszystkie niezbędne informacje, jak m.in.: co zwiedzić, jak dojechać, gdzie się zatrzymać, co i gdzie zjeść, z jakich atrakcji skorzystać.

- „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” to meandrujące rzeki, dzikie ostępy, leśne dukty, łagodne doliny, solne bogactwa, prehistoryczne osady, gotyckie mury, strzegące tajemnic baszty i miasta o bogatym kolorycie – mówi **Agnieszka Kowalkowska, Dyrektor Biura Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej**. - *Zapraszamy do budowania własnej konstelacji podróży! Może być tajemnicza, jak Pałuki; pełna przygód, jak Bory Tucholskie; fascynująca, jak Dolina Dolnej Wisły; nieodkryta, jak Bydgoszcz; w stylu słow, jak Pojezierze Brodnickie; z ułańską fantazją, jak Grudziądz; emanująca dobrą energią, jak nasze uzdrowiska, sięgająca gwiazd, jak Toruń* – zachęca szefowa K-POT.

Kampania rozpoczęła się w połowie czerwca, a Partnerami akcji są: Kujawsko Pomorska Organizacja Turystyczna, Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna oraz Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna.

Więcej o akcji na www.specjal.pl

Dodatkowych informacji udziela:

Anna Godzisz – agencja Roots, mail: anna.godzisz@roots.pl

Specjal Jasnym Pełny to sztandarowy produkt Browaru w Elblągu. Lager o bogatym, szlachetnym smaku i wyraźnie zaznaczonej goryczce. Warzony w Browarze w Elblągu według oryginalnej receptury. Specjal dostępny jest w butelkach 0,5l oraz puszkach 0,5 i opakowaniu KEG 30 l.

Grupa Żywiec to jeden z czołowych producentów piwa w Polsce oraz lider w innowacyjnych segmentach piwa. Firma warzy piwo w Arcyksiążęcym Browarze w Żywcu, Browarze Warka, Browarze Leżajsk, Browarze Elbląg, Browarze Namysłów, Browarze Braniewo oraz Browarze Zamkowym Cieszyn. Do najsilniejszych marek spółki obok Żywca należą Heineken, Desperados, Warka i Tatra. Ważną część oferty Grupy Żywiec stanowią piwa regionalne: Królewskie, Leżajsk, Specjal, Namysłów i Brackie. Grupa Żywiec jest także liderem rynkowym segmentu piw bezalkoholowych (Żywiec 0,0%, Heineken 0.0%, Warka Radler 0,0%). Firma powiązana jest z Grupą HEINEKEN. Więcej informacji o firmie: www.grupazywiec.pl



adres strony: <http://konkurs.kujawsko-pomorskie.travel/pl/aktualnosci/odkryj-nasza-polnoc>