



PROJEKT

MIASTO NA JEDNĄ NOC

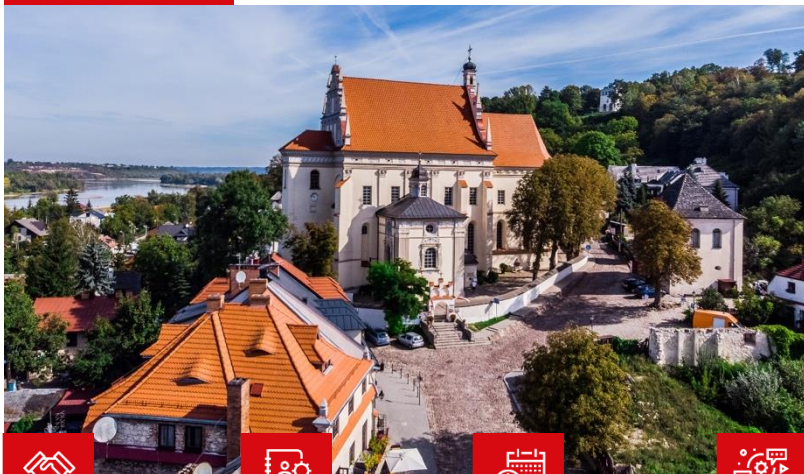


wakacje



wyborcza.pl

OPIS PROJEKTU



PARTNERZY GŁÓWNI

Legnica, Poznań,
Wrocław, Rybnik,
Rzeszów



GRUPA CELOWA

ALL



CZAS TRWANIA AKCJI

2 wakacyjne miesiące



MEDIA

Wyborcza.pl,
lokalne serwisy Wyborcza.pl,
Gazeta Wyborcza

Akcja była elementem **projektu „Wakacje 2021”**. Redakcje zaprezentowały 10 polskich miast, w tym tych mniej oczywistych w kontekście podróży, z ich turystycznymi atrakcjami.

Dziennikarze i dziennikarki lokalnych serwisów Wyborcza.pl odwiedzali miasta spoza swojego regionu, tworząc relacje, które przyjęły postać **reportaży, poradników, rankingów, fotorelacji, wywiadów czy przewodników**.

Miasta partnerskie miały okazję zaprezentować się jako atrakcyjne destynacje weekendowych wypadów, dostarczające pozytywnych doświadczeń kulinarnych, kulturalnych czy przyrodniczych.





PROJEKT

MIASTO NA JEDNĄ NOC

REALIZACJA REDAKCYJNA

Artykuły w serwisach lokalnych Wyborcza.pl i w papierowej Wyborczej redakcja zebrała w specjalnym serwisie akcji.

Do wybranych miast Wyborcza zaprosiła również **znanych i lubianych**, jak Mariusz Szczygieł, Robert Makłowicz czy Grażyna Torbicka, co dodatkowo uwiarygodniło i uatrakcyjniło przekaz. Do stworzenia jednego z rankingów zostali zaproszeni blogerzy.

Odbiorców Wyborczej redakcja zachęciła do **pisania listów i maili**, w których podsuwaliby własne pomysły, polecenia atrakcji w poszczególnych miastach, których dotyczył projekt.



2021 wakacje **wyborcza.pl**



grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —



PROJEKT

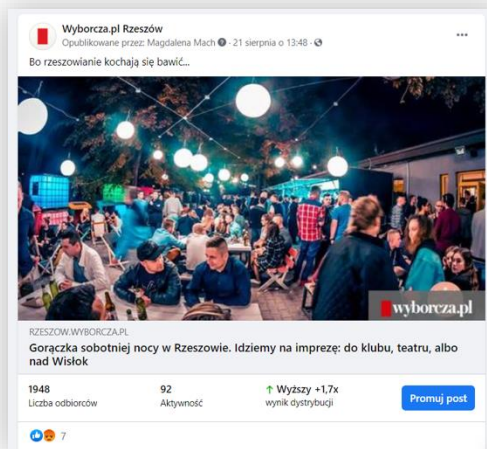
MIASTO NA JEDNĄ NOC

TEMATY I PROMOCJA

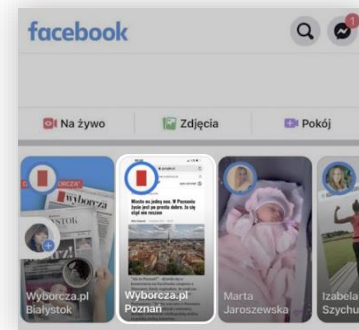
Głównymi tematami publikacji były:

- Co atrakcyjnego mają do zaoferowania turystom Wrocław, Kazimierz Dolny, Chełmno, Augustów, Gdańsk, Rybnik, Poznań, Rzeszów, Bydgoszcz i Legnica?
- Na czym się skupić, zwiedzając, żeby podczas krótkiego pobytu nie umknęły nam najciekawsze atrakcje?
- Praktyczne wskazówki dotyczące m.in. dojazdu, noclegów, najlepszych restauracji
- Bezpieczne i odpowiedzialne podróżowanie w trakcie pandemii

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —



2021 wakacje wyborcza.pl



Projekt był promowany na stronie głównej Wyborczej; w serwisach lokalnych, social mediach i newsletterach Wyborczej. Dodatkowo zastosowaliśmy redakcyjne wejścia na antenie Radia Żółte Przeboje.



PROJEKT

MIASTO NA JEDNĄ NOC

DZIAŁANIA REKLAMOWE

Partnerzy byli obecni reklamowo poprzez logotypy i reklamy w prasie (Gazeta Wyborcza) i online (Wyborcza.pl, serwisy lokalne, newslettery, social media).



Cheść w urzędniczej



Partner tego wydania newslettera: Wrocławskie Góry

Poranek Wyborczej

Piątek, 8 lipca 2022





PROJEKT

MIASTO NA JEDNĄ NOC

2021 wakacje wyborcza.pl

EFEKT AKCJI



Redakcja pokazała wybrane polskie miasta jako atrakcyjne cele weekendowych wypadów. Udowodniła, że w niczym nie ustępują one zachodnim czy egzotycznym metropoliom i tak samo jak one potrafią zaskakiwać i dostarczać silnych wrażeń.

Dziennikarze i dziennikarki Wyborczej przekonali publiczność, że podróże po Polsce są - podczas pandemii, ale nie tylko! - bezpieczną i wygodną opcją.

**Wszystkie publikacje
w ramach projektu:***

689 073 PV

387 079 UU

grupa wyborcza
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —

*Dane własne wydawcy, Data Ocean, I-XII 2021.



P R O J E K T

MIASTO NA JEDNĄ NOC

DISCLAIMER

Prezentacja materiałów na tej stronie ma jedynie charakter poglądowy. Niektóre ze starszych prezentowanych materiałów mogą nie odpowiadać aktualnym standardom, ofercie handlowej lub polityce redakcji. Umieszczenie ich tutaj nie jest równoznaczne z deklarowaniem realizacji analogicznych przedsięwzięć w przyszłości.

