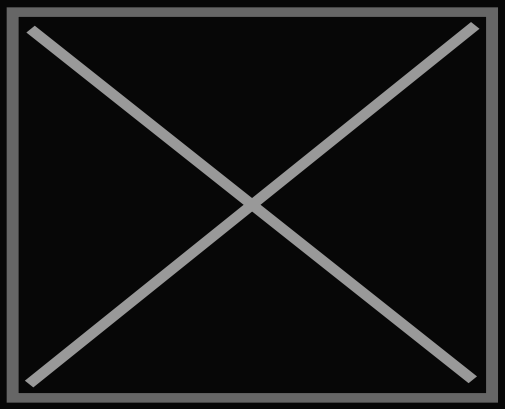
Polonia: l'Ente punta su città d'arte, gastronomia e natura

shutterstock-1500934991-f4aef255

Città d’arte, e nuove offerte pensate per unire la scoperta culturale a quella naturalistica, lontano dalle folle. E' la ricetta della Polonia per la fase della ripartenza, che già sta mostrando i primi segnali di ripresa.

Nel 2021 - sottolinea una nota dell'**Ente Nazionale per il Turismo Polacco** - il mercato italiano ha infatti registrato il +35% rispetto all’anno 2020, pur non avendo ancora raggiunto la posizione del 2019, quando aveva fatto registrare l’arrivo di oltre 600.000 italiani.
“L*a Polonia è una meta moderna e dinamica; offre un prodotto perfettamente in linea con le richieste del mercato italiano che, oltre a prediligere le città d’arte (Cracovia, Varsavia, Danzica e Breslavia fra tutte), oggi apprezza sempre più la varietà paesaggistica, la natura, la gastronomia e la cultura*”, sottolinea **Barbara Minczewa**, direttrice dell’Ente per l’Italia.



E aggiunge: “*Punteremo maggiormente sulla creatività e sulle **proposte innovative ed esperienziali** , con un approccio dinamico, fresco ed originale, promuovendo una Polonia non convenzionale, un Paese che stupisce e affascina oltre ogni aspettativa*”.
Inoltre, nel 2021 l’Ente Nazionale per il Turismo Polacco ha puntato molto sulla **formazione online**, organizzando alcuni webinar e corsi di formazione per agenti di viaggio. Nel corso del 2022, saranno ancora molte le iniziative rivolte al trade, tra cui workshop e presentazioni, oltre alla promozione della destinazione grazie al supporto dei tour operator italiani.

“*Le città d’arte* – conclude Barbara Minczewa – *continueranno ad essere il principale focus per la promozione della destinazione, pur lanciando località alternative e lontane dal turismo di massa, il tutto con uno* ***sguardo più attento all’arte, alla cultura e alla natura****. Mete ideali per un city break e facilmente raggiungibili anche dall’Italia, grazie ai numerosi collegamenti aerei*”.