

W październiku, w Warszawie, Krakowie, Katowicach i Łodzi, rozpoczęła się kampania reklamowa, promująca Izrael jako atrakcyjną destynację turystyczną. Reklamy Izraela pojawiły się na ponad 200 billboardach, w radiu, prasie i Internecie. Uzupełnieniem działań promocyjnych jest roadshow, podczas którego przedstawiciel Ministerstwa Turystyki Izraela, Yehuda Shen, spotka się z biurami podróży w największych miastach Polski, przedstawiając możliwości biznesowe swojego kraju.

Kampania reklamowa promująca Izrael potrwa do lutego 2011 roku i obejmuje różne media (billboardy, radio, prasę i Internet). Wartość całej kampanii, realizowanej w Polsce, wynosi około 2 miliony złotych. Uzupełnieniem działań reklamowych jest cykl bezpośrednich spotkań z przedstawicielami polskiego rynku turystycznego. Roadshow, promujący Izrael, odbędzie się w dniach 15 – 19 listopada 2010 roku w Krakowie, Katowicach, Wrocławiu, Poznaniu, Gdańsku oraz Warszawie.

„Śródziemnomorskie Miami Beach” – tak według prestiżowego magazynu „National Geographic” należy oceniać Tel Aviv, stolicę Izraela. Według tego czasopisma, Tel Aviv jest jednym z dziesięciu topowych nadmorskich miast. Miesięcznik „Forbes” w swoim rankingu umieścił tę nigdy niezasypiającą metropolię w czołówce najbardziej rozrywkowych miejsc. Nowojorski „Travel+Leisure Magazine” oraz przewodnik po europejskich miastach Louis Vuitton 2010 również docenili stolicę Izraela jako wyjątkowe miejsce turystyki i zabawy.

Dla „Lonely Planet Guide”, Tel Aviv jest „całkowitym przeciwieństwem Jerozolimy, jest bardziej Miastem Grzechu znad Morza aniżeli Świętym Miastem znad wzgórza”. Ponadto, „hedonizm jest tu jedną z religii jednoczącą mieszkańców. Jest tu więcej barów niż synagog, Bogiem jest DJ, a każde ciało – świątynią”. Plaże czterech mórz, aktywny wypoczynek, różnorodność kulturowa, czy wreszcie najmodniejsze kluby nocne – to tylko przykłady atrakcji, które chce przedstawić swojemu audytorium Yehuda Shen.

Glaubicz Garwolińska Consultants