

Plan działalności
Polskiej Organizacji Turystycznej
na rok 2018

CZĘŚĆ A: Najważniejsze cele do realizacji w roku 2018

Lp.	Cel	Mierniki określające stopień realizacji celu		Najważniejsze zadania służące realizacji celu	Odniesienie do dokumentu o charakterze strategicznym
		Nazwa	Planowana wartość do osiągnięcia na koniec roku, którego dotyczy plan		
1.	2	3	4	5	6
1.	Zwiększenie dostępu do informacji z zakresu turystyki konsumentom oraz branży turystycznej	Liczba odbiorców informacji z zakresu turystyki dostarczonej do konsumentów oraz branży turystycznej w danym roku do roku bazowego (w %)	118,8	1. Promowanie turystyki na rynku krajowym poprzez: - promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych z wykorzystaniem projektów promocyjnych w tym Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny, Konkursu na Najlepsze Destynacje Turystyczne EDEN, kampanii „Odpoczywaj w Polsce” oraz akcji prowadzonej z MSiT „Polska Zobacz Więcej – Weekend za Pół Ceny”, - wspieranie rozwoju produktów turystycznych mających za zadanie konsolidację i integrację branży turystycznej poprzez rozwój istniejących i tworzenie konsorcjów produktowych, - działania z zakresu współpracy i komunikacji w sektorze turystyki, w tym realizację wydarzeń m.in. „Złotego Logo Polska”, współpracę	Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku. Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020.

				z MSiT m.in. przy organizacji „Światowego Dnia Turystyki”, współpracę z Regionalnymi i Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi, jednostkami samorządu terytorialnego, podmiotami reprezentującymi branżę turystyczną, lokalnymi convention bureaux, - zarządzanie wiedzą, tj. gromadzenie i dystrybucję informacji dotyczących sektora turystyki, w tym przede wszystkim realizację projektu „Obserwatorium Turystyki” oraz projektu „Tech Travel – Nowe Technologie w Turystyce”, prowadzenie badań ankietowych, monitoringu i analiz. 2. Promowanie atrakcyjności turystycznej Polski za granicą realizowane poprzez: - prowadzenie projektów promocyjnych o charakterze produktowym i wizerunkowym w obszarze turystyki wypoczynkowej na rynkach objętych działalnością Zagranicznych Ośrodków POT oraz wzmocnienie działalności promocyjnej na rynkach: Ameryki Łacińskiej, krajów azjatyckich, czeskim i słowackim, izraelskim, węgierskim i krajów Zatoki Perskiej, - prowadzenie działań promujących produkty i usługi turystyki zdrowotnej w krajach działania ZOPOT: Rosja, Ukraina, Norwegia, USA a także w Zjednoczonych Emiratach Arabskich,
--	--	--	--	--

				- realizację projektów promocyjnych z zakresu przemysłu spotkań, - realizacja Kampanii „Next time Polska!” skierowanej do turystów z segmentu city break i turystów biznesowych, - realizacja Kampanii „Discover Polska to your neighbours!” dedykowanej rozwojowi turystyki polonijnej i skierowanej do środowisk polonijnych, - realizacja Kampanii „Discover Polska to your mates!” mająca na celu zaangażowanie studentów programu ERASMUS do promocji oferty turystycznej Polski wśród znajomych i rodziny, - prowadzenie działań w ramach współpracy z Grupą Wyszehradzką V-4, - organizacja Polskich Stoisk Narodowych oraz stoisk informacyjnych na najważniejszych targach turystycznych, - publikację folderów i broszur promocyjnych, zarówno w wersji elektronicznej jak i tradycyjnej. 3. Utrzymanie i rozwój Polskiego Systemu Informacji Turystycznej poprzez: - realizację konkursu na Najlepsze Centrum Informacji Turystycznej, certyfikowanie, wsparcie merytoryczne i ekspertyzę Punktów i Centrów Informacji Turystycznej, współpraca z MR i GDDKiA przy
--	--	--	--	---

			prowadzeniu prac nad turystycznym oznakowaniem drogowym, - utrzymanie i rozwijanie Narodowego Portalu Turystycznego polska.travel (dostępnego w 23 wersjach językowo-rynkowych) jako elementu Polskiego Systemu Informacji Turystycznej, - utrzymanie i rozwój narzędzi PSIT: Repozytorium Informacji Turystycznej, Contact Center z Infolinią Turystyczną i Telefonem Bezpieczeństwa, zarządzanie technologiczne siecią infokiosków, utrzymanie funkcjonalności i rozwój planera wycieczek.	
--	--	--	---	--

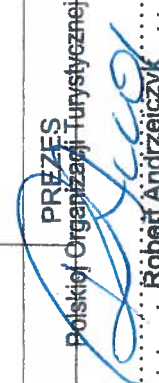
CZĘŚĆ B: Cele priorytetowe wynikające z budżetu państwa w układzie zadaniowym do realizacji w roku 2018

Lp.	Cel	Mierniki określające stopień realizacji celu		Podzadania budżetowe służące realizacji celu
		Nazwa	Planowana wartość do osiągnięcia na koniec roku, którego dotyczy plan	
1	2	3	4	5

CZĘŚĆ C: Inne cele przyjęte do realizacji w roku 2018

Lp.	Cel	Mierniki określające stopień realizacji celu ³⁾		Najważniejsze zadania służące realizacji celu ⁴⁾
		Nazwa	Planowana wartość do osiągnięcia na koniec roku, którego dotyczy plan	
1	2	3	4	5
1.				

18.12.2017 roku
data

PREZES
Polskiej Organizacji Turystycznej

 Robert Andriejczyk
 podpis ministra Referatu i Jednostki

Teresa Buczak


 Dyrektor
 Departamentu Strategii