

Plan działalności Polskiej Organizacji Turystycznej na rok 2022

CZĘŚĆ A: Najważniejsze cele do realizacji w roku 2022

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 %)	109,7	<u>1. Promowanie turystyki na rynku krajowym poprzez:</u> - certyfikowanie i promowanie produktów turystycznych, poprzez: - Konkurs Na Najlepszego Produktu Turystycznego – Certyfikat POT 2022, - Turystyczne Mistrzostwa Vlogerów, - projekt Odpoczywaj w Polsce, w ramach którego zaplanowano kampanie: „Reset – Odpoczywaj na wsi”, certyfikowanych produktów 2021, Złotego Certyfikatu POT 2021, Weekend za pół ceny, - projekty i akcje promocyjne, m.in.: „Jak smakuje Polska?”, „Polska jest ECO”, „Polska Kulturalnie – Festiwal”, „Polska Kulturalnie – UNESCO”, - promowanie bezpiecznego wypoczynku oraz turystyki wśród dzieci i młodzieży szkolnej,	

				- komunikację i współpracę w sektorze turystyki, poprzez: - współpracę POT, ROT, LOT, miast, branży turystycznej, - wspieranie rozwoju produktu turystycznego poprzez współpracę z konsorcjami, organizowanie wystąpień na targach i imprezach turystycznych, komunikację B2B, - działania promocyjne na rzecz projektu „Polskie Marki Turystyczne”, - realizację projektów: „Polska Bez Barier”, „Turystyczny Dziennikarz Roku”, - wspieranie polskiej branży turystycznej: webinary, szkolenia, konkursy, imprezy promocyjne, - współpracę z podmiotami sektora przemysłu spotkań, organizację wydarzeń MICE w Polsce, - współpracę przy organizacji wydarzeń promocyjnych m.in. Światowego Dnia Turystyki, - zarządzanie wiedzą, poprzez: - realizację badań, analiz, w tym z wykorzystaniem nowych technologii, - monitorowanie i dystrybucję informacji dotyczących sektora turystyki, - współpracę międzynarodową, m.in. w ramach ETC. - całokształt prac związanych z Polskim Bonem Turystycznym (umowa numer 3/COVID/2020),
--	--	--	--	---

				<u>2. Promowanie atrakcyjności turystycznej Polski za granicą realizowane poprzez:</u> - kampanie i zadania promocyjne w turystyce wypoczynkowej za granicą, poprzez: - działania o charakterze produktowym i wizerunkowym na rynkach objętych działalnością dotychczasowych Zagranicznych Ośrodków POT oraz w Czechach, na Słowacji, na Węgrzech, w Izraelu, Brazylii i ZEA, - wzmocnienie działań promocyjnych na wybranych rynkach (Czechy, Węgry, Izrael), w tym objęcie ich działalnością ZOPOT, - działania w ramach współpracy z Grupą Wyszehradzką V-4 oraz ETC, - działania w Internecie: kampanie tematyczne „Poland. More than you expected”, konkurs „Poland. Challenge accepted”, quizy, współpracę z influencerami, tworzenie landing page, mailingi, spoty produktowe, działania na portalu polska.travel, intensyfikację komunikacji w kanałach social media, - prowadzenie działań PR, działań w mediach tradycyjnych, reklamę zewnętrzną, - organizację podróży studyjnych i prasowych, warsztatów turystycznych, polskich stoisk narodowych na targach turystycznych, imprez promocyjnych – w zależności od sytuacji epidemiologicznej i geopolitycznej,
--	--	--	--	---

				- działania skierowane do wybranych grup odbiorców: Polonii, studentów programu Erasmus+, - przygotowanie i publikację materiałów promocyjnych, - kampanie i zadania promocyjne w przemyśle spotkań za granicą, poprzez: - udział w targach branżowych, - działania w ramach Poland Online Site Inspection, „Bezpieczny Obiekt MICE”, - organizację podróży studyjnych dla przedstawicieli branży, - współpracę z PCO, ITC, CB, - stowarzyszeniami branżowymi, w tym z międzynarodowymi, m.in. ICCA, UIA. 3. Utrzymanie i rozwój Polskiego Systemu Informacji Turystycznej poprzez: - Polski System Informacji Turystycznej - część analogowa: - działania merytoryczne i eksperckie dla Punktów i Centrów IT, szkolenia dla kadr IT, kursy dla pilotów wycieczek, - prace w ramach Forum Informacji Turystycznej, - realizację procesu certyfikacji Informacji Turystycznej za pomocą aplikacji internetowej, - realizację e-konkursu na Najlepsze Centrum IT,
--	--	--	--	---

				- współpracę z GDDKiA nad turystycznym oznakowaniem drogowym, - część cyfrowa: - utrzymanie i rozwój narzędzi PSIT: Repozytorium Informacji Turystycznej, aplikacji do certyfikacji punktów i centrów IT, Platformy Multimediów POT, Platformy do email marketingu, - Narodowy Portal Turystyczny, poprzez: - utrzymanie i rozwijanie wersji językowo-rynkowych polska.travel, jako elementu Polskiego Systemu Informacji Turystycznej, - promocję NPT – realizację kampanii zasięgowych i pozycjonowanie, w tym stworzenie aplikacji „Poland Visted”, realizację projektu „Polska jest ECO” kampanii „Wyjątkowy citybreak”, konkursów, sond, ankiet, map, - utrzymanie i działania promocyjne w mediach społecznościowych, prowadzenie profili @polska.travel na Facebooku, Instagramie, LinkedInie, Twitterze, współpracę z blogerami turystycznymi.	
--	--	--	--	--	--

CZEŚĆ B: Cele priorytetowe wynikające z budżetu państwa w układzie zadaniowym do realizacji w roku 2022

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 2022

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.	Promocja Polski jako miejsca atrakcyjnego turystycznie w oparciu o markę Igrzysk Europejskich 2023 na rynku krajowym i wybranych rynkach zagranicznych	Liczba zrealizowanych kampanii, akcji promocyjnych w oparciu o markę Igrzysk Europejskich 2023	1	<u>Realizacja działań promocyjnych w oparciu o markę Igrzysk Europejskich 2023, w tym:</u> - przygotowanie spotu promocyjnego turystyki aktywnej na potrzeby kampanii, - realizację kampanii wizerunkowo-produktowej z ofertą turystyki aktywnej oraz innych wybranych produktów turystycznych na rynku krajowym oraz wybranych rynkach zagranicznych, - organizację podróży influencerskich, - zakup prawa do używania nazwy i znaku IE 2023.

Prezes

Polskiej Organizacji Turystycznej

19.04.2022 roku
data

..... Rafał Szmytko
podpis ministra/kierownika jednostki