

Plan działalności Polskiej Organizacji Turystycznej na rok 2023

CZEŚĆ A: Najważniejsze cele do realizacji w roku 2023

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 %)	110,4	<u>1. Promowanie turystyki na rynku krajowym.</u> Realizacja będzie prowadzona w grupach działań: a) certyfikowanie i promowanie produktów turystycznych - obejmuje m.in.: - Konkurs Na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT 2023 i promocję laureatów, - promocję Polskich Marek Turystycznych, - komunikację z wykorzystaniem obszarów produktowych takich jak turystyka kulinarna, turystyka kulturowa w oparciu o wybrane obiekty i wydarzenia, turystyka aktywna w kontekście wydarzeń sportowych (w tym m.in. w oparciu o Igrzyska Europejskie 2023), - promocję różnorodności turystycznej wschodnich regionów Polski, - Turystyczne Mistrzostwa Influencerów.	

				b) komunikacja i współpraca w sektorze turystyki, obejmuje m.in.: • współpracę POT, ROT, LOT, miast, branży turystycznej, w tym Forum POT-ROT-LOT, • wspieranie rozwoju produktu turystycznego poprzez spotkania edukacyjne, warsztaty, konferencje, • działania informacyjno-promocyjne na rzecz bezpiecznego wypoczynku, popularyzacji turystyki wśród wszystkich grup społecznych i interesariuszy sektora, współpracę z mediami, • współpracę z podmiotami sektora przemysłu spotkań, organizację wydarzeń MICE w Polsce, • turystyczną aktywizację dzieci i młodzieży (np. w oparciu o projekt MCETS). c) zarządzanie wiedzą, obejmuje m.in.: • realizację badań, analiz, w tym z wykorzystaniem nowych technologii, • monitorowanie i dystrybucję informacji dotyczących sektora turystyki, • współpracę międzynarodową, m.in. w ramach ETC. d) całokształt prac związanych z Polskim Bonem Turystycznym (umowa numer 3/COVID/2020).	
--	--	--	--	--	--

				<u>2. Promowanie atrakcyjności turystycznej Polski za granicą</u> Realizacja będzie prowadzona w dwóch grupach działań: a) kampanie i zadania promocyjne w turystyce wypoczynkowej za granicą, obejmuje m.in.: • kampanie wizerunkowe, zarówno na rynkach bliskich i sąsiedzkich, jak i rynkach odległych, • kampanie i projekty promocyjne o charakterze produktowym, przede wszystkim, na rynkach objętych działalnością Zagranicznych Ośrodków POT, • promocję wschodnich regionów Polski na rynkach sąsiedzkich i nieodległych (Litwa, Słowacja, Łotwa i Węgry), • promocję z wykorzystaniem kotwic medialnych, w tym wydarzeń sportowych o międzynarodowym znaczeniu, • działania w Internecie, w tym kampanie tematyczne o międzynarodowym zasięgu, • działania na rzecz komercjalizacji oferty, z wykorzystaniem warsztatów branżowych, • działania na rzecz branży turystycznej mające na celu odbudowę turystyki przyjazdowej, w tym szczególnie turystyki grupowej, • promocję w ramach współpracy z Grupą Wyszehradzką V-4 oraz ETC.	
--	--	--	--	---	--

				b) kampanie i zadania promocyjne w przemyśle spotkań za granicą, obejmują: • udział w targach branżowych, • działania w ramach Poland Online Site Inspection, • organizację podróży studyjnych oraz spotkań i wydarzeń (m.in. Spotlight on Poland) dla przedstawicieli branży, • współpracę influencerską w prasie, portalach branżowych oraz mediach społecznościowych, • współpracę z PCO, ITC, CB, stowarzyszeniami branżowymi, w tym z międzynarodowymi, m.in. ICCA, UIA. <u>3. Utrzymanie i rozwój Polskiego Systemu Informacji Turystycznej poprzez:</u> Realizacja będzie prowadzona w dwóch grupach działań: a) Polski System Informacji Turystycznej obejmuje: • prace w ramach Forum Informacji Turystycznej, • certyfikację Informacji Turystycznej za pomocą aplikacji internetowej, • realizację e-konkursu na Najlepsze Centrum IT, • współpracę z GDDKiA nad turystycznym oznakowaniem drogowym, • utrzymanie i rozwój narzędzi Repozytorium Informacji Turystycznej, aplikacji do	
--	--	--	--	--	--

				certyfikacji punktów i centrów IT, platformy Multimediiów POT, platformy do email marketingu. b) Narodowy Portal Turystyczny obejmuje: • utrzymanie i rozwijanie wersji językowo-rynkowych polska.travel, jako elementu Polskiego Systemu Informacji Turystycznej, • promocję NPT – realizację kampanii zasięgowych i pozycjonowanie, w tym prowadzenie konkursów, sond, ankiet, • utrzymanie i działania promocyjne w mediach społecznościowych, prowadzenie profili @polska.travel na Facebooku, Instagramie, LinkedIn, Twitterze, współpracę z blogerami turystycznymi.	
--	--	--	--	---	--

CZĘŚĆ B: Cele priorytetowe wynikające z budżetu państwa w układzie zadaniowym do realizacji w roku 2023

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 2023

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.	Zwiększenie dostępu do informacji z zakresu oferty turystycznej Polski poprzez działania realizowane przez polskich sportowców lub kluby sportowe	Liczba wykorzystanych do promocji oferty turystycznej Polski dyscyplin sportowych	5	Całokształt działań związanych z promocją Polski przez polskich sportowców lub kluby sportowe w sportach drużynowych uczestniczących we współzawodnictwie sportowym organizowanym przez polskie związki sportowe oraz biorące udział w międzynarodowych rozgrywkach sportowych (część 25 Kultura fizyczna)

16.12.2022
data

Prezes
Polskiej Organizacji Turystycznej

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