

PLAN DZIAŁALNOŚCI POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ ROK 2025

CZĘŚĆ A: Najważniejsze cele do realizacji w roku 2025

(w tej części planu należy wskazać nie więcej niż pięć najważniejszych celów przyjętych przez ministra/kierownika jednostki do realizacji w zakresie jego właściwości)

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 %)	100,40%	<p>1. Promowanie turystyki na rynku krajowym</p> <p>W ramach tego obszaru prowadzone będą:</p> <p><u>Działania związane z certyfikowaniem i promocją produktów turystycznych, takie jak:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - promocja, z wykorzystaniem mediów o wysokim zasięgu dotarcia, celem działań będzie zachęcenie turystów do podróżowania po Polsce, - promocja wysokiej jakości produktów turystycznych, przede wszystkim w oparciu o produkty certyfikowane oraz Polskie Marki Turystyczne, - diagnoza podaży z zakresu turystyki rowerowej - rozwój i promocja produktów turystycznych wpisujących się w zasady zrównoważonego rozwoju. <p><u>Działania z zakresu komunikacji i współpracy w sektorze turystyki, takie jak:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - spotkania i konferencje, w tym Forum POT-ROT-LOT, - współpraca z podmiotami z sektora przemysłu spotkań, 	

				<ul style="list-style-type: none"> - inicjowanie projektów łączących działania różnych podmiotów na rzecz rozwoju turystyki na poziomie regionalnym i lokalnym, - budowanie wiedzy dotyczącej znaczenia turystyki jako gałęzi gospodarki. - współpraca z partnerami na rzecz pozyskiwania kongresów w ramach Programu Ambasadorów Kongresów Polskich. <p><u>Działania z zakresu transferu wiedzy, takie jak:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - realizacja projektów badawczych dotyczących popytu i podaży usług turystycznych, - badania pozycji i wizerunku Polski na wybranych rynkach emisyjnych, - gromadzenie i wykorzystanie analiz i danych dotyczących turystyki ze źródeł zewnętrznych, - wymiana wiedzy poprzez duże wydarzenie branżowe w formie np. kongresu, - współpraca ze światem nauki oraz udział w wydarzeniach edukacyjnych z zakresu turystyki, - współpraca w ramach stowarzyszeń i organizacji międzynarodowych. <p>2. Promowanie atrakcyjności turystycznej Polski za granicą</p> <p>W ramach tego obszaru prowadzone będą:</p> <p><u>Kampanie i zadania promocyjne w turystyce wypoczynkowej za granicą, takie jak:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - wysokozasięgowe kampanie wizerunkowe realizowane równolegle na wybranych rynkach, - promocja turystyki kulturowej i miejskiej na wszystkich rynkach emisyjnych, - promocja turystyki wypoczynkowej, aktywnej i specjalistycznej na wybranych rynkach emisyjnych, - promocja oferty turystyki kulinarnej, - promocja podczas ważnych wydarzeń o charakterze międzynarodowym m.in. Prezydencji Polski w UE czy EXPO'25 w Osace, 	
--	--	--	--	--	--

				<ul style="list-style-type: none">- zwiększanie dostępności oferty na rynkach emisyjnych poprzez warsztaty branżowe, podróże dla przedstawicieli branży i wydarzenia targowe,- budowanie wiedzy i pozytywnego wizerunku Polski jako celu podróży m.in. poprzez realizację podróży dla mediów. <p>Działaniami objęte zostanie ponad 30 rynków.</p> <p><u>Kampanie i zadania promocyjne w przemyśle spotkań za granicą, takie jak:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- udział w targach i warsztatach, wraz z przedstawicielami polskiej branży przemysłu spotkań, jako narzędzie pozyskiwania wydarzeń konferencyjnych i kongresowych,- prezentacja możliwości organizacji w Polsce kongresów, konferencji i podróży motywacyjnych poprzez realizację podróży dla branży i mediów, prezentacji oraz publikacji, <p style="text-align: center;">3. Utrzymanie i rozwój Polskiego Systemu Informacji Turystycznej (PSIT)</p> <p><u>Na rzecz PSIT prowadzone będą takie działania jak:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- edukacja na rzecz podnoszenia jakości w zakresie stacjonarnej informacji turystycznej,- rozwój narzędzi wspierających działanie informacji turystycznej,- współpraca w zakresie oznakowania atrakcji i miejsc turystycznych w systemie znaków drogowych, <p><u>Działania w zakresie Narodowego Portalu Turystycznego (NPT) obejmują:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- aktualizację i uzupełnianie treści i materiałów audiowizualnych,- promocja treści z wykorzystaniem mediów społecznościowych,- współpraca z kreatorami treści – influencerami, ambasadorami miejsca,- działania z zakresu marketingu bezpośredniego i remarketingu.	
--	--	--	--	--	--

CZĘŚĆ B: Cele priorytetowe wynikające z budżetu państwa w układzie zadaniowym do realizacji w roku 2025

(w tej części planu należy wymienić cele zadań w budżecie państwa w układzie zadaniowym, w ramach części budżetowych, których dysponentem jest minister, wskazanych jako priorytetowe na potrzeby opracowania projektu ustawy budżetowej na rok, którego dotyczy plan, wraz z przypisanymi im miernikami oraz podzadaniami służącymi realizacji tych celów. Nie należy wymieniać celów uprzednio wskazanych w części A.)

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
1.				
2.				
3.				

CZĘŚĆ C: Inne cele przyjęte do realizacji w roku 2025

(w tej części planu, należy wskazać cele przyjęte do realizacji, które nie zostały wymienione w części A lub B)

Lp.	Cel	Mierniki określające stopień realizacji celu ³⁾		Najważniejsze zadania służące realizacji celu
		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	6	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)
1.				
2.				
3.				

Prezes
Polskiej Organizacji Turystycznej

Rafał Szmytka

