

Plan działalności

Polskiej Organizacji Turystycznej

na rok 2019

**CZĘŚĆ A: Najważniejsze cele do realizacji w roku 2019**

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 %)	136,9	<p><b>1. Promowanie turystyki na rynku krajowym poprzez:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych z wykorzystaniem projektów promocyjnych w tym Konkursu na Najlepszego Produkt Turystyczny, Konkursu na Najlepszego Destynacje Turystyczne EDEN, kampanii „Odpoczywaj w Polsce”, akcji prowadzonej z MSiT „Polska Zobacz Więcej – Weekend za Pół Ceny” oraz działań promocyjnych realizowanych przy współpracy z influencerami,</li> <li>- wspieranie rozwoju produktów turystycznych mających za zadanie konsolidację i integrację branży turystycznej poprzez rozwój istniejących i tworzenie konsorcjów produktowych,</li> <li>- działania z zakresu współpracy i komunikacji w sektorze turystyki, w tym współpracę z MSiT przy realizacji „Światowego Dnia Turystyki”,</li> </ul>	<p>Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku.</p> <p>Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020.</p>

		<p>współpracę z Regionalnymi i Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi, jednostkami samorządu terytorialnego, podmiotami reprezentującymi branżę turystyczną, lokalnymi convention bureaux,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zarządzanie wiedzą, tj. gromadzenie i dystrybucję informacji dotyczących sektora turystyki, w tym przede wszystkim realizację projektu „Obserwatorium Turystyki” oraz projektu „New Tech New Travel – Nowe Technologie w Turystyce”, prowadzenie badań ankietowych, monitoringu i analiz.</li> </ul>	
		<p><b>2. Promowanie atrakcyjności turystycznej Polski za granicą realizowane poprzez:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prowadzenie projektów promocyjnych o charakterze produktowym i wizerunkowym w obszarze turystyki wypoczynkowej na rynkach objętych działalnością Zagranicznych Ośrodków POT oraz wzmocnienie działalności promocyjnej w Izraelu i na Węgrzech.</li> <li>- Zintensyfikowanie działań w Korei Południowej i Singapurze, kontynuacja działań w Indiach, Ameryce Łacińskiej i w regionie Zatoki Perskiej oraz utrzymanie obecności w krajach sąsiedzkich (Czechy i Słowacja),</li> <li>- prowadzenie działań promujących produkty i usługi turystyki zdrowotnej w krajach działania ZOPOT: Rosja, Ukraina, Norwegia, USA a także w Zjednoczonych Emiratach Arabskich,</li> <li>- realizację projektów promocyjnych z zakresu branży spotkań.</li> </ul>	

				<ul style="list-style-type: none"><li>- realizacja kampanii skierowanej do turystów z segmentu city break i turystów biznesowych,</li><li>- realizacja kampanii dedykowanej rozwojowi turystyki polonijnej i skierowanej do środowisk polonijnych,</li><li>- realizacja kampanii mającej na celu zaangażowanie studentów programu ERASMUS do promocji oferty turystycznej Polski wśród znajomych i rodziny,</li><li>- współpraca z wideoblogerami,</li><li>- prowadzenie działań w ramach współpracy z Grupą Wyszehradzką V-4,</li><li>- organizacja Polskich Stoisk Narodowych oraz stoisk informacyjnych na najważniejszych targach turystycznych,</li><li>- publikację folderów i broszur promocyjnych, zarówno w wersji elektronicznej jak i tradycyjnej.</li></ul> <p><b>3. Utrzymanie i rozwój Polskiego Systemu Informacji Turystycznej poprzez:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- realizację konkursu na Najlepsze Centrum Informacji Turystycznej, certyfikowanie, wsparcie merytoryczne i eksperckie Punktów i Centrów Informacji Turystycznej, prace w ramach Forum Informacji Turystycznej, współpraca z MR i GDDKiA przy prowadzeniu prac nad turystycznym oznakowaniem drogowym,</li><li>- utrzymanie i rozwijanie Narodowego Portalu Turystycznego <a href="http://polska.travel">polska.travel</a> (dostępnego w 23 wersjach językowo-</li></ul>
--	--	--	--	--

					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.	
--	--	--	--	--	---	--

**CZEŚĆ B: Cele priorytetowe wynikające z budżetu państwa w układzie zadaniowym do realizacji w roku 2019**

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

**CZEŚĆ C: Inne cele przyjęte do realizacji w roku 2019**

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

PREZJA  
Polskiej Organizacji Turystycznej

6.12.2018 roku  
data

.....  
Robert Andriejczyk  
.....  
podpis ministra/kierownika jednostki

p.o. Dyrektora  
Departamentu Strategii i Marketingu

*Teresa Buczak*  
Teresa Buczak