



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

**SPRAWOZDANIE
Z REALIZACJI ZADAŃ
POLSKIEJ ORGANIZACJI
TURYSTYCZNEJ
w 2010 roku**

Move Your Imagination



**Sprawozdanie merytoryczne z realizacji zadań uwzględniające efekty rzeczowe
oraz krótką charakterystykę zrealizowanych zadań –
wg stanu na 31 grudnia 2010 r.**

Nazwa jednostki organizacyjnej: **Polska Organizacja Turystyczna**

Nazwa i numer zadania wg planu rzeczowo – finansowego:

6.4. Wsparcie i promocja turystyki

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych na zadania realizowane przez Polską Organizację Turystyczną w 2010 roku kształtuje się na poziomie **86 589 tys. zł** w ramach:

- Części budżetowej 20 – Gospodarka w kwocie **45 432 tys. zł**
- Części budżetowej 34 – Rozwój regionalny w kwocie **2 315 tys. zł**
- Część budżetowa 40 – Turystyka w kwocie **36 737 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **2 105 tys. zł**

I. Nazwa i numer podzadania wg planu rzeczowo-finansowego:

Nazwa podzadania: 6.4.2 *Wsparcie produktów turystycznych*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych przeznaczonych na realizację podzadania w 2010 roku kształtuje się na poziomie **5 644 tys. zł**. Przedmiotowe środki zostały wydatkowane w ramach:

- Części budżetowej 34 – *Rozwój regionalny* **2 315 tys. zł**
- Części budżetowej 40 – *Turystyka* **2 862 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **467 tys. zł**

2. Opis stanu realizacji podzadania w 2010 roku:

- Celem podzadania jest: *Wzmocnienie konkurencyjności polskiego produktu turystycznego*

3. Do monitorowania realizacji podzadania określono następujące mierniki:

- *Liczba certyfikowanych produktów turystycznych (w szt.)*

4. Wartość bazową miernika ustalono jako 96 szt. w 2006 r.

5. Wartość docelową na koniec roku zaplanowano jako: 123

6. Wartość docelowa miernika na koniec 2010 roku wyniosła: 127

Nazwa i numer działania wg planu rzeczowo – finansowego:

Działanie: 6.4.2.1 *Tworzenie systemów rekomendacji produktów turystycznych i ich promocja*

Przewidywane wykonanie środków finansowych w 2010 roku w ramach powyższego działania kształtuje się na poziomie **933 tys. zł.** Przedmiotowe środki zostały wydatkowane w ramach dotacji podmiotowej.

W ramach tego Działania zrealizowano:

- konkurs im. M. Orłowicza „Na najlepsze materiały prasowe, radiowe, telewizyjne i internetowe promujące polską turystykę” skierowany do dziennikarzy i mediów ogólnopolskich i regionalnych. Tegoroczna VIII edycja konkursu została wzbogacona o nową kategorię – materiały internetowe. Laureatami głównych nagród w konkursie zostali: Telewizja Polska PR. 2, Tygodnik Polityka, Radio „Plus”. W kategorii portali internetowych wyróżnienie otrzymała Nadbużańska Lokalna Organizacja Turystyczna (głównej nagrody nie przyznano). Uroczystość wręczenia nagród odbyła się 19 marca 2010 r. w Pałacu Porczyńskich w Warszawie. Patronem medialnym konkursu był magazyn medialny PRESS a partnerem uroczystości - miasto Łódź;
- konkurs na „Najlepsze Produkty Turystyczne – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej” został zainaugurowany podczas tegorocznej edycji targów LATO 2010 w Warszawie. Przygotowano i przeprowadzono warsztaty turystyczne dla branży, których celem była komercjalizacja nagrodzonych certyfikatem produktów turystycznych. Prezentacje prowadzone przez reprezentantów produktów skierowane były do przedstawicieli biur podróży z Forum Turystyki Przyjazdowej przy POT oraz zrzeszonych w Polskiej Izbie Turystyki. 23 września 2010 r. rozstrzygnięto konkurs na „Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej”. ROT-y zgłosiły w sumie 41 produktów turystycznych do Certyfikatu POT oraz 10 kandydatur do Złotego Certyfikatu. Kapituła Konkursu przyznała 1 Złoty Certyfikat (Manufaktura Łódzka), 10 Certyfikatów POT oraz 3 wyróżnienia. Uroczyste zakończenie konkursu i wręczenie Certyfikatów odbyło się podczas uroczystej gali połączonej z obchodami 10-lecia Polskiej Organizacji Turystycznej w dniu 23 września 2010 r. w Galerii Porczyńskich w Warszawie;
- podczas Gali Wręczenia Certyfikatów 23 września 2010 r. ogłoszono rozpoczęcie konkursu dla internautów „Na najlepszy produkt turystyczny” – certyfikat przyznawany przez POT wspólnie z serwisem OtoWakacje z Grupy Allegro. W konkursie brały udział wszystkie zgłoszone przez ROT-y produkty turystyczne, które zakwalifikowały się do finału ogólnopolskiego tradycyjnego konkursu „Na najlepszy produkt turystyczny”. Nagrodą dla Zwycięzcy w konkursie internetowym był Specjalny Certyfikat Internautów wraz z nagrodą w postaci kampanii reklamowej w serwisach Grupy Allegro na kwotę 50 tys. zł. Oficjalne zakończenie tego konkursu odbyło się 21 października 2010 r. podczas Wieczoru Branżowego na targach Tour Salon w Poznaniu; zwycięzcą został produkt turystyczny województwa śląskiego „Szlak Orlich Gniazd”;

- kontynuowano działania promocyjne związane z głosowaniem na polską kandydaturę – Wielkie Jeziora Mazurskie w międzynarodowym konkursie organizowanym przez Fundację „New 7 wonders”. W dniach 10-14 marca 2010 r. podczas targów turystycznych ITB w Berlinie w polskiej hali zostały zainstalowane stanowiska multimedialne, poprzez które przedstawiciele branży oraz odwiedzający z całego świata mogli uzyskać wiedzę na temat konkursu i oddać głos na polskiego kandydata;
- w konkursie organizowanym przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego pod nazwą „Polska pięknieje” przedstawiciel POT uczestniczył w jury oceniającym zgłoszenia. Konkurs wyłania i promuje najlepsze projekty, realizowane z funduszy Unii Europejskiej, podnoszące atrakcyjność turystyczną oraz jakość życia w Polsce;
- konkurs Komisji Europejskiej na „Najlepszą Europejską Destynację Turystyczną - EDEN”. W 2010 roku konkurs ten przebiegał w ramach tematyki „Turystyka Wodna” i połączony był z multimedialną kampanią informacyjno-edukacyjno-promocyjną, obejmującą m.in. materiały drukowane, gadzety, konferencje, reklamę zewnętrzną oraz elektroniczną. Podczas „Święta Wisły” w Warszawie w dniu 26 czerwca 2010 r. rozstrzygnięto konkurs - tytuł „Najlepszej Europejskiej Destynacji Turystycznej” w Polsce otrzymała Dolina Biebrzy. Uroczystość rozstrzygnięcia połączono z prezentacją oferty turystycznej wyróżnionych i nagrodzonych uczestników konkursu. Impreza skierowana była do potencjalnych turystów – mieszkańców Warszawy i okolic, którzy licznie skorzystali z atrakcji prezentacji regionalnych. Ponadto w ramach tematyki turystyki wodnej przeprowadzono cykl 3 konferencji branżowych. Informacje nt. projektu EDEN komunikowane są poprzez dedykowany portal www.edenpolska.pl oraz www.edeninpoland.eu, sprzężone z Narodowym Portalem Turystycznym polska.travel. Elementem kulminacyjnym kampanii EDEN w 2010 roku była trzydziestodniowa kampania billboardowa (objęła: Gdańsk, Warszawę, Poznań, Katowice oraz Wrocław), której „twarzą” został zwycięzca ubiegłorocznej edycji konkursu - Rzeczypospolita Ptasia;
- w ramach projektu „Kraina Odry” realizowanego na mocy porozumienia POT z Niemiecką Centralą Turystyki (DZT) do współpracy zaproszono ze strony polskiej regionalne organizacje turystyczne (ROT-y), urzędy marszałkowskie, euroregiony oraz lokalne jednostki samorządu terytorialnego czterech województw: dolnośląskiego, wielkopolskiego, lubuskiego i zachodniopomorskiego oraz przygranicznych landów niemieckich: Meklemburgii, Pomorza Przedniego, Brandenburgii, Saksonii i Berlina. Wspólne działania promocyjne w regionach przygranicznych i możliwości dalszej współpracy narodowe organizacje prezentowały w trakcie warsztatów i konferencji między innymi w Słubicach, Warszawie, Frankfurt nad Odrą i podczas GTM Germany Travel Mart™ 2010 w Moguncji;
- 2 września 2010 r. w hotelu Le Meridien Bristol w Warszawie odbyła się wspólna konferencja prasowa Niemieckiej Centrali Turystyki (DZT) oraz Polskiej Organizacji Turystycznej (POT). Głównymi punktami konferencji były wystąpienia Pani Petry Hedorfer - Przewodniczącej Zarządu DZT i Prezes Europejskiej Komisji Turystyki w Brukseli oraz Pana Rafała Szmytkę - Prezesa POT. W czasie konferencji przedstawiono najbliższe plany promocji turystyki i związane z tym działania marketingowe w obu krajach. Uczestnicy konferencji mieli również okazję zapoznać się ze szczegółami dotychczas podjętych oraz przyszłych działań realizowanych w ramach Projektu „Kraina Odry”;

- wspólny udział Niemieckiej Centrali Turystyki oraz Polskiej Organizacji Turystycznej w tegorocznych targach Tour Salon w Poznaniu (22-23.10.2010) oraz wspólne stoisko promujące turystykę przygraniczną w „Krainie Odry”. W pierwszym dniu targów odbyła się również prezentacja projektu „Kraina Odry”, w której udział wzięli przedstawiciele branży turystycznej oraz mediów. Podczas prezentacji przedstawiono wspólne działania marketingowe w regionach przygranicznych oraz plany promocji na 2011 rok;
- prezentację projektu „Kraina Odry” podczas Międzynarodowych Targów Turystyki i Caravaningu w Lipsku (kolejne wspólne działanie DZT i POT). Podobnie jak w Poznaniu, prezentowano założenia i cele projektu oraz potencjał turystyczny polsko-niemieckich regionów przygranicznych;
- wydawnictwo, składające się z ok. 30 stron, będzie zawierać informacje na temat najciekawszych, najbardziej interesujących atrakcji i produktów turystycznych o charakterze transgranicznym, w podziale na 3 rodzaje turystyki (aktywna, przyrodnicza, kulturowa). Całkowity nakład broszury to 30.000 sztuk. Katalog będzie dostępny w trzech wersjach językowych (polskiej, niemieckiej, angielskiej). W chwili obecnej trwa komponowanie treści w oparciu o materiały POT i DZT przez wyłonioną w przetargu firmę MAD;
- w dniu 24.09.2010 roku, podczas targów TT Warsaw, POT wraz z partnerami zorganizowała warsztaty dla branży turystycznej na temat: „Jak tworzyć oferty w oparciu o polskie atrakcje turystyczne i na nich zarabiać”. Na warsztatach omawiano m.in. formalno-prawne i organizacyjne aspekty wprowadzenia produktu turystycznego do oferty oraz poprowadzono ćwiczenia: określenia grup docelowych, wybór odpowiedniego produktu turystycznego, przygotowanie produktu do sprzedaży;
- w ramach działania „Szlak Grunwaldzki 2010” – turystyka kulturowa (wydarzenia i imprezy) – na bieżąco prowadzono selekcję wydarzeń krajowych oraz uruchomiono i uaktualniano dedykowany serwis na narodowym portalu turystycznym www.polska.travel opatrzony banerem „Szlaku Grunwaldzkiego 2010”. Wydano w nakładzie 300.000 egz. folder „Szlak Grunwaldzki 2010”, dystrybucja folderu odbyła się poprzez insert do sobotniego wydania „Gazety Wyborczej” oraz za pośrednictwem: POIT-ów, ROT-ów, centrów informacji turystycznej a także w autobusach PPKS i na różnego typu imprezach. Promocja „Szlaku Grunwaldzkiego 2010” odbywała się również poprzez trzy rodzaje reklamy zewnętrznej: w Krakowie na głównej arterii miasta wywieszono wielkoformatowy baner-siatkę winylową, w Warszawie – w wagonach metra przez 14 dni wyświetlany był spot reklamowy (animacja komputerowa), w Gdańsku - przez dwa tygodnie prowadzona była kampania reklamowa na przystankach komunikacji w centrum miasta. W dniach 15 – 17 lipca 2010 r. podczas kulminacyjnej imprezy na Polach Grunwaldzkich, w historycznym namiocie zlokalizowanym pod samym pomnikiem promowano produkt „Szlak Grunwaldzki 2010”. Do promocji zaproszono organizatorów imprez związanych ze szlakiem, m.in. Zamek w Malborku;
- nakład 20.000 egz. mapy turystycznej „Dostępna Polska”, w skali 1:750.000, w 4 wersjach językowych, z naniesionymi w formie piktogramów obiektami m.in.: campingami, schroniskami, stanicami wodnymi, hotelami turystycznymi, parkami narodowymi, obiektami z listy UNESCO, Natura 2000, obiektami wyróżnionymi złotym Certyfikatem POT itp. oraz głównymi szlakami: wodnymi, pieszymi, górskimi, międzynarodowymi szlakami rowerowymi. Na rewersie mapy umieszczone zostały ujednolicone aktualne wykazy bazy noclegowej w Polsce otrzymane z Polskiej Federacji Campingu i Caravaningu (PFCC), Polskiego Stowarzyszenia Schronisk

Młodzieżowych (PTSM), Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego (PTTK) wraz z krótką informacją o Polsce. Mapę przekazano do dystrybucji na rynkach zagranicznych poprzez zagraniczne ośrodki POT, a także na rynku krajowym m.in. poprzez społecznych partnerów wydania mapy;

- oficjalne obchody Światowego Dnia Turystyki, w dniach 18-19 września 2010 r. w Gdyni. Punktem kulminacyjnym była gala Światowego Dnia Turystyki, która odbyła się w Teatrze Muzycznym w Gdyni – osobom zasłużonym wręczono tam odznaczenia „Za zasługi dla turystyki”. Ponad 400 gości obejrzało spektakl „Eksperyment Chopin” przygotowany przez Teatr Muzyczny w Gdyni;
- podpisano umowę ze Stowarzyszeniem Podziemne Trasy Turystyczne Polski, zrzeczającym podmioty udostępniające turystyczne trasy podziemne na przygotowanie specjalistycznych treści z zakresu atrakcji podziemnych Polski na potrzeby portalu www.polska.travel i innych serwisów internetowych prowadzonych przez Polską Organizację Turystyczną;
- w październiku 2010 roku wydano katalog „Turystyczne Perły Polski”, który w nakładzie 50.000 egz. rozpowszechniony został jako dodatek do dziennika „Rzeczpospolita”. W wydawnictwie tym oprócz atrakcji turystycznych zamieszczono także wykaz stacji narciarskich zrzeszonych w Stowarzyszeniu Polskie Stacje Narciarskie i Turystyczne oraz informacje o akcji „Bezpieczny stok”. Na portalach Moje Miasto zamieszczono reklamy serwisu „Turystyczne Perły Polski”;
- na okres 5 miesięcy (od 15.12.2010 r.) uruchomiono stronę internetową (alias) www.polskazima.pl w ramach portalu www.polska.travel. Przygotowanie i prowadzenie strony realizuje na podstawie umowy Stowarzyszenie Polskie Stacje Narciarskie i Turystyczne. Na stronie zamieszczane są dokładne informacje o stacjach narciarskich, panujących warunkach śniegowych oraz opisy pobliskich atrakcji turystycznych;
- w Poznaniu w dniu 22 października 2010 r., podczas targów turystycznych Tour Salon 2010, z inicjatywy POT odbyły się „X Warsztaty Turystyczne” - coroczne spotkanie przedstawicieli Regionalnych Organizacji Turystycznych z komórkami POT na temat zintegrowania działań promocyjnych na rok 2011. POT zorganizowała również w czasie targów warsztatowe spotkanie przedstawicieli POT z przedstawicielami Lokalnych Organizacji Turystycznych oraz urzędów największych miast. Podczas spotkania, w formie rozmów stolikowych, była możliwość nawiązania współpracy promocyjnej w ramach poszczególnych rynków obsługiwanych przez Polską Organizację Turystyczną.

Działanie: 6.4.2.2 *Konsolidacja produktowa poprzez budowanie konsorcjów systemów afiliacyjnych*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 roku w ramach powyższego działania kształtuje się na poziomie **204 tys. zł**. Przedmiotowe środki zostały wydatkowane w ramach dotacji podmiotowej na realizację następujących działań:

- przeprowadzenie konkursu na najlepsze Certyfikowane Centrum Informacji Turystycznej;
- zorganizowanie walnego zgromadzenia członków Forum Informacji Turystycznej;

- współfinansowanie, wspólnie z Ministerstwem Sportu i Turystyki, konferencji na temat Polskiego Systemu Informacji Turystycznej, organizowanej przez Górnośląską Wyższą Szkołę Handlową w Katowicach.

Działanie: 6.4.2.3 *Wspieranie tworzenia produktów turystycznych*

Przewidywane wykonanie środków finansowych w ramach powyższego działania kształtuje się na poziomie **4 507 tys. zł**. POT wydatkowała środki finansowe w ramach:

- dotacji podmiotowej1 725 tys. zł
- dotacji rozwojowej347 tys. zł
- środków z Unii Europejskiej1 968 tys. zł
- pozostałe przychody467 tys. zł

W ramach powyższego Działania:

- kontynuowano akcję „Bezpieczny stok” – prowadzoną wspólnie z Ministerstwem Sportu i Turystyki, Stowarzyszeniem Polskie Stacje Narciarskie i Turystyczne a także z: Polskim Związkiem Narciarskim, TOPR, GOPR, Komendą Główną Policji oraz gestorami wybranych obiektów noclegowych. Celem akcji było upowszechnianie wśród dzieci i młodzieży szkolnej oraz potencjalnych narciarzy wiedzy na temat bezpiecznego zachowania na stokach i trasach narciarskich. Przeprowadzono dystrybucję 800 broszur i 7800 plakatów, dostarczając je do wybranych sklepów sportowych m.in. na terenie Warszawy oraz do ośrodka narciarskiego „Szczęśliwice”; pozostałe plakaty trafiły do wszystkich Regionalnych Organizacji Turystycznych celem dalszej dystrybucji;
- 2 grudnia 2010 roku. na terenie ośrodka narciarskiego „Szczęśliwice” w Warszawie odbyła się ogólnopolska inauguracja sezonu narciarskiego połączona z Akcją „Bezpieczny Stok”. Podczas imprezy zaproszeni przedstawiciele stacji z różnych regionów Polski prezentowali atrakcyjność swojej oferty;
- wybranym wydarzeniom i działaniom, zwłaszcza w zakresie promocji unikalnych produktów turystycznych, przyznano patronaty Prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej (56) oraz znak towarowy „Polska” (17);
- w zakresie działań promocyjnych dotyczących określonych produktów turystycznych, destynacji oraz głównych atrakcji zawarto 10 systemowych porozumień o współpracy pomiędzy Polską Organizacją Turystyczną a Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi. Na podstawie tych porozumień zawierane są umowy oraz podejmowane działania w zakresie niestandardowych promocji i prowadzenia certyfikacji Polskiego Systemu Informacji Turystycznej. Wydano 10 opinii dotyczących rejestracji nowych Lokalnych Organizacji Turystycznych lub zmian w dokumentacji istniejących Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych;
- podpisano i zrealizowano umowę na opracowanie raportu pn. „Stan i perspektywa rozwoju Lokalnych Organizacji Turystycznych” na podstawie badania ankietowego. Do opracowania raportu wykorzystano informacje zebrane od ponad połowy Lokalnych Organizacji Turystycznych zarejestrowanych w Polsce;

- wydano dodatek promocyjny na temat Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012 w kontekście działań realizowanych przez Polską Organizację Turystyczną, w dodatku do magazynu „Forbes” - „Euroinfrastruktura”;
- ukazał się dodatek promujący polską turystykę „Pozwólmy się poznać” w dzienniku „Puls Biznesu”;
- publikowano wywiady na temat promocji Polski za granicą oraz działań realizowanych przez POT w tym zakresie w, m.in.: dodatku do magazynu „Forbes”, „Brief”; „The Warsaw Voice”; „Rzeczpospolita”; „Puls Biznesu” i innych;
- w ramach prowadzonych działań e-PR uruchomiono profil publiczny Polskiej Organizacji Turystycznej na Facebooku, tzw. „fan page”.

Zadania POT realizowane w ramach finansowania projektów z udziałem środków UE

W 2010 roku Polska Organizacja Turystyczna realizując obowiązki Instytucji Wdrażającej (IW) Działanie 6.4. Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (PO IG) „Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym” zweryfikowała pod względem formalnym 53 (na ogólną liczbę 54) wersje wniosków o dofinansowanie złożonych w ramach 19 projektów. Wśród nich znalazły się również wnioski składane do POT w trybie roboczym dla projektów realizowanych w oparciu o nieobowiązujący jeszcze program pomocowy. IW zorganizowała też prace Komisji Oceny Projektów, która dokonywała oceny merytorycznej projektów.

Należy podkreślić fakt, że w okresie sprawozdawczym POT przedstawiła Instytucji Zarządzającej szereg propozycji rozwiązań w celu podniesienia efektywności i tempa wdrażania Działania, które zostały przez MRR zaakceptowane. Wprowadzenie możliwości składania dokumentacji OOS wraz z dokumentacją aplikacyjną (tak by jej weryfikacja następowała równoległe do oceny formalnej) oraz rezygnacja z przedkładania kompletu dokumentacji projektowej na rzecz oświadczenia Beneficjenta o dysponowaniu nią, a także brak obowiązku posiadania pozwoleń na budowę dla 6 - miesięcznego okresu realizacji inwestycji po zawarciu umowy o dofinansowanie znacząco przyspieszyły tempo kompletowania dokumentacji po stronie Beneficjentów.

Znaczące przyspieszenie w drugiej połowie roku 2010 prac związanych z weryfikacją wniosków o dofinansowanie zarówno na etapie formalnym, merytorycznym jak i poprawności pod względem oddziaływania projektów na środowisko, zaowocowało podpisaniem w okresie sprawozdawczym 17 umów o dofinansowanie:

Tytuł projektu	Data podpisania
Międzynarodowy turystyczny produkt markowy „Uzdrowiska Kłodzkie”	2010-02-03
Termy Cieplickie - Dolnośląskie Centrum Rekreacji Wodnej	2010-03-23
Świętokrzyski Szlak Archeo-Geologiczny	2010-08-31
Program Ożywienia Dróg Wodnych w Gdańsku	2010-08-03
Wykorzystanie walorów rzeki Wisły w celu budowy wspólnego produktu turystycznego przez Kazimierz Dolny, Puławy i Janowiec	2010-10-25

Turystyka w siodle - infrastruktura innowacyjnego i unikatowego produktu turystycznego	2010-08-26
Wschodnioeuropejskie Centrum Kongresowo - Sportowe Arłamów	2010-08-26
Pętla Żuławska – rozwój turystyki wodnej. Etap I	2010-09-08
Szlaki nowej przygody w zabytkowej Kopalni Soli „Wieliczka”	2010-09-08
Toruń - Hanza nad Wisłą	2010-09-30
Południowo-zachodni Szlak Cysterski	2010-09-30
Zamość miasto UNESCO, Pomnik Historii RP produktem turystycznym polskiej gospodarki	2010-10-27
Centrum Dziedzictwa Szklą w Krośnie	2010-11-19
Zachodniopomorski Szlak Żeglarski - sieć portów turystycznych Pomorza Zachodniego	2010-12-01
Europejski Ośrodek Kultury Technicznej i Turystyki Przemysłowej	2010-10-25
Hala Stulecia we Wrocławiu – Centrum Innowacyjności w Architekturze i Budownictwie	2010-11-08
Bug - rajem dla turysty	2010-12-21

Powyższe zestawienie zawiera 5 projektów (*wyróżnionych pochylą czcionką*) dla których warunkiem zawarcia umowy było wejście w życie dn. 22 lipca 2010 r. programu pomocowego - Rozporządzenia MSiT w sprawie szczegółowego przeznaczenia, warunków i trybu udzielania pomocy publicznej na wspieranie inwestycji w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym w zakresie wspierania kultury i dziedzictwa kulturowego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013 (Dz.U. Nr 131 poz. 887).

Beneficjenci, którzy zawarli umowy o dofinansowanie z POT, złożyli w okresie sprawozdawczym 37 wniosków o płatność. Przekazano w tym czasie 37 921 344,81 PLN na konta Beneficjentów, co przy uwzględnieniu zwrotów (10 130 389,95 PLN) daje kwotę 27 790 954,86 PLN wypłaconych środków.

Institucja Wdrażająca w okresie sprawozdawczym przeprowadziła łącznie 8 kontroli planowych na miejscu realizacji projektów w ramach Działania 6.4 PO IG:

1. *Śladem europejskiej tożsamości Krakowa – szlak turystyczny po podziemiach Rynku Głównego* – beneficjent Gmina Miejska Kraków.
2. *Międzynarodowy turystyczny produkt markowy „Uzdrowiska Kłodzkie”* – beneficjent Zespół Uzdrowisk Kłodzkich S.A.
3. *Program żywienia dróg wodnych w Gdańsku* – beneficjent Gmina Miasta Gdańska.
4. *Wschodnioeuropejskie centrum sportowo – kongresowe „Arłamów”* – beneficjent O.W. Arłamów S.A.
5. *Szlakiem nowej przygody w zabytkowej Kopalni Soli „Wieliczka” S.A.* – beneficjent Kopalnia Soli „Wieliczka” S.A.
6. *Termy Cieplickie – Dolnośląskie Centrum Rekreacji Wodnej* – beneficjent Miasto Jelenia Góra.
7. *Zamość miasto UNESCO, Pomnik Historii RP produktem turystycznym polskiej gospodarki* – beneficjent Miasto Zamość.
8. *Toruń – Hanza nad Wisłą* – beneficjent Gmina Miasta Toruń.

Przedmiotem ww. kontroli były m.in.: realizacja rzeczowa przedsięwzięć, prawidłowość przeprowadzonych postępowań przetargowych, ewidencja księgową, dokumentacja kadrowa i struktura zarządzania projektem, a także działania informacyjno - promocyjne.

W drugim kwartale 2010 r., wraz z przedstawicielem Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, przeprowadzono wizytę monitorującą postęp wdrażania projektu pn. *Budowa Parku Wodnego Termy Nałęczowskie – EUROSPA 2012*.

Poza planem kontroli na miejscu, w siedzibie Instytucji Wdrażającej zweryfikowano dokumentację przetargową na Inżyniera kontraktu w projekcie *Termy Cieplickie – Dolnośląskie Centrum Rekreacji Wodnej*. Dodatkowo w III kw. 2010 r. Ponadto, zespół kontrolujący IW przeprowadził kontrolę doraźną planowanych zamówień uzupełniających dla projektu *Śladem europejskiej tożsamości Krakowa – szlak turystyczny po podziemiach Rynku Głównego*.

Należy podkreślić, że – zgodnie z wymogami określonymi w Wytycznych w zakresie procesu kontroli dla Instytucji Pośredniczących i Instytucji Wdrażających – POT opracowała Plan kontroli na miejscu na rok 2011. W dniu 10 grudnia 2010 r. przedmiotowy dokument został zatwierdzony przez Instytucję Koordynującą NSRO.

Istotne znaczenie ma fakt, iż dnia 22 marca 2010 r. Instytucja Zarządzająca PO IG za-twierdziła nowe Instrukcje Wykonawcze POT, określające procedury wdrażania Działania 6.4. PO IG.

W celu zapewnienia sprawności działania POT jako Instytucji Wdrażającej realizowane są trzy projekty finansowane ze środków 9 Priorytetu PO IG Pomoc Techniczna pn:

- Działanie 9.1 – Wsparcie zarządzania - POT – 2010
- Działanie 9.2 – Wyposażenie instytucji - POT – 2010
- Działanie 9.3 – Informacja i Promocja - POT - 2010.

Umowy o dofinansowanie projektów w ramach ww. Działań zostały podpisane z Instytucją Zarządzającą w dniu 25 lutego 2010 r. W II kwartale 2010 r. nastąpiła konieczność aneksowania ww. Umów, z uwagi na doprecyzowanie sposobu rozliczania projektów. W IV kwartale 2010 r. przeprowadzona została wnikliwa analiza finansowa realizowanych działań, uwzględniająca jednocześnie wszystkie bieżące potrzeby i planowane do końca roku budżetowego zobowiązania finansowe, w wyniku której wystąpiono z wnioskiem o urealnienie, tj. zmniejszenie wartości Projektów. Powyższe działania zostały powzięte zgodnie z zapisami § 10 ust. 2 zawartych Umów o dofinansowanie. Z uwagi na powyższe, po uzyskaniu akceptacji ze strony Instytucji Zarządzającej, Umowy ponownie anektowano. Z puli środków przyznanych na realizację ww. projektów pokrywane są koszty organizacyjne funkcjonowania Departamentu Funduszy Europejskich oraz wydatki na zadania merytoryczne, związane z wdrażaniem Działania 6.4. PO IG.

W ramach obowiązków z zakresu informacji i promocji, na stronie internetowej www.pot.gov.pl/fundusze na bieżąco aktualizowano dane na temat Działania 6.4. PO IG, udzielano odpowiedzi na zapytania o możliwości pozyskania środków unijnych napływające drogą elektroniczną oraz obsługiwano infolinię dla Działania 6.4. PO IG (0-801-121-122).

II. Nazwa i numer podzadania/działania wg planu rzeczowo-finansowego:

Podzadanie: 6.4.4 *Tworzenie i wspieranie spójnego i efektywnego systemu marketingu w turystyce*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 roku w ramach powyższego podzadania kształtuje się na poziomie **79 605 tys. zł**. Przedmiotowe środki zostały wydatkowane w ramach następujących źródeł:

- Część budżetowa 20 – *Gospodarka***44 761 tys. zł**
- Część budżetowa 40 – *Turystyka***33 353 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT**1 491 tys. zł**

2. Opis stanu realizacji podzadania w 2010 roku:

- Celem podzadania jest: *zwiększenie skuteczności działań marketingowych w turystyce*

3. Do monitorowania realizacji podzadania określono następujące mierniki:

- *Wydatki cudzoziemców w Polsce oraz mieszkańców Polski na podróże krajowe (w mld zł)*

4. Wartość bazowa miernika ustalono jako 41,3 w 2006 r.

5. Wartość docelową na koniec roku zaplanowano jako: 51,3

5. Wartość docelowa miernika w 2010 roku wyniosła:

- *Wartość miernika podawana jest przez Ministerstwo Sportu i Turystyki.*

Nazwa i numer działania wg planu rzeczowo – finansowego:

Działanie: 6.4.4.1 *Działania promocyjne na rynkach zagranicznych o charakterze wizerunkowym i produktowym*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w ramach powyższego działania w 2010 roku kształtuje się na poziomie **68 954 tys. zł**. POT wydatkowała środki finansowe w ramach:

- dotacji podmiotowej**32 193 tys. zł**
- dotacji rozwojowej**5 290 tys. zł**
- środków z Unii Europejskiej**29 980 tys. zł**
- pozostałe przychody POT **1 491 tys. zł**

W roku 2010 zostały przeprowadzone następujące działania:

- wystawienie 35 stoisk narodowych na targach turystycznych za granicą na istotnych rynkach źródłowych, zgodnie z terminarzem wydarzeń targowych;
- w ramach współpracy międzynarodowej V-4, Grupa Wyszehradzka - udział w imprezach targowych: GITF w Kantonie w dniach 25-27 marca 2010 r., SATTE w New Delhi w dniach 29-30 marca 2010 r.; COTTM w Pekinie w dniach 28-30 kwietnia br.; organizacja roadshow

w Indiach w miastach: New Delhi, Kalkuta, Bangalore, Madras oraz Bombaj w terminie 12-17 kwietnia br. Umieszczenie 5 reklam road show i 12 reklam Grupy Wyszehradzkiej w magazynach i indyjskiej prasie codziennej w New Delhi i Bombaju. Zorganizowano także podróż studyjną dla hinduskich dziennikarzy (21-30 sierpnia 2010 r.) oraz roadshow wUSA (28.09. – Boston, 29.09.- Minneapolis, 30.09. – Dallas) i roadshow na rynku w rosyjskim w: Samarze, Niżnym Nowogrodzie, Kazaniu i Moskwie. Zaktualizowano treści i wznowiono wydruk broszury informacyjnej V-4 w portugalskiej wersji językowej. Zorganizowano stoisko promocyjne V-4 na targach ITB Asia w Singapurze w dniach 19-21 października 2010 r., prezentację V-4 w Sao Paulo w dniach 17-18 października oraz podróże studyjne z rynków amerykańskiego i rosyjskiego. W grudniu odbył się muzyczny workshop w Tokio. W dniach 15-16 listopada 2010 r. w Bratysławie odbyło się spotkanie przedstawicieli V-4, na którym określono projekt działań do realizacji w przyszłym roku;

- aktualizacja listy polskich touroperatorów ADS deklarujących współpracę z branżą chińską;
- w marcu 2010 r. zorganizowano (razem z PLL LOT) w Bratysławie i w Koszycach prezentacje na temat atrakcyjności turystycznej Polski, a w listopadzie - prezentacje na temat turystyki kulturowej w Krakowie;
- w dniu 27.07.2010 r. zorganizowano w Warszawie (w POT) prezentację dla 5 dziennikarzy chińskich (projekt we współpracy z PARP);
- organizacja podróży studyjnych dla dziennikarzy, touroperatorów i osób opiniotwórczych z rynków: rosyjskiego, skandynawskiego, francuskiego, włoskiego, belgijskiego, holenderskiego, japońskiego, austriackiego, hiszpańskiego, niemieckiego, amerykańskiego, węgierskiego, ukraińskiego, czeskiego i słowackiego, portugalskiego, chińskiego i indyjskiego;
- organizacja warsztatów i prezentacji na rynkach objętych działalnością POIT: japońskim, hiszpańskim, ukraińskim, niemieckim, rosyjskim, belgijskim, rosyjskim, amerykańskim, francuskim, brytyjskim, austriackim, holenderskim, szwedzkim, włoskim i węgierskim – około 105;
- w ramach umowy z przedstawicielem POT na rynku indyjskim kontynuowano prace polegające na monitorowaniu rynku dla potrzeb prowadzonych działań promocyjnych;
- zorganizowano „tydzień turystyczny” na światowej wystawie EXPO w Szanghaju. Wydarzenie odbyło się w dniach 6-10.09.2010 r. Podczas „tygodnia” odbyła się konferencja prasowa i warsztaty turystyczne „okrągłe stoły” z udziałem Podsekretarza Stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki Pani Katarzyny Sobierajskiej;
- zaktualizowano treści na stronie internetowej www.polin.travel na rynku izraelskim oraz - we współpracy z przedstawicielem PLL LOT na tym rynku, rozesłano Press release do 4000 agentów turystycznych PLL LOT;
- na przełomie listopada i grudnia 2010 r. w gazetach codziennych i branżowych w Indiach zamieszczano reklamę o Polsce;

- w zakresie obsługi serwisu Foto Polska (BWP) zakupiono i umieszczono w serwisie 22 nowe zdjęcia wielkoformatowe oraz w zakresie obsługi foto dla Convention Bureau of Poland - zakupiono i umieszczono na serwerze 600 nowych zdjęć związanych z turystyką biznesową;
- w dniach 25 – 27.05.2010 r. we Frankfurcie odbyły się targi IMEX, CBP POT było gospodarzem stoiska narodowego. Część stoiska poświęcona była projektowi IMEX Challenge Poland 2010. Na stoisku odbyły się spotkania indywidualne oraz prezentacje dla grup Hosted Buyers;
- w prasie branżowej MICE Poland oraz AMI (Associations Meeting International) i CMW (Conference Meeting World) ukazały się reklamy CBP;
- 31.03.2010 w Warszawie, 11-15.05.2010 w Gdańsku oraz w dniach 24-26.05.2010 r. w Warszawie i Krakowie przeprowadzono wizyty studyjne dla reprezentantów Polskiej Izby Nasiennej, członka International Seed Federation dotyczącą Światowego Kongresu Nasiennego (World Seed Congress 2015), przedstawicielki World Council of Credit Unison 2012 oraz przedstawicieli belgijskiego biura RTA, specjalizującego się w obsłudze klientów VIP;
- 6.05.2010 w Brukseli CBP wraz z POIT Brukseli i PLL LOT zorganizowało prezentację dla lokalnych przedstawicieli przemysłu spotkań.; 18.05.2010 roku w Putten (Holandia) CBP wraz z POIT Amsterdam zaprezentowały się podczas warsztatów ANTOR (Association of National Tourist Office Representatives);
- w dniach 19 - 23 maja 2010 r. w województwie warmińsko-mazurskim Polska Organizacja Turystyczna oraz Warmińsko – Mazurska Organizacja Turystyczna zorganizowały już drugą edycję Polsko – Ukraińskiego Forum Turystycznego. W Forum uczestniczyło 20 ukraińskich touroperatorów, zainteresowanych turystyczną ofertą regionu warmińsko – mazurskiego. Inspiracją dla zorganizowania tej imprezy w tym regionie stało się otwarcie nowego bezpośredniego połączenia lotniczego między Kijowem a Kaliningradem. W trakcie Forum zorganizowano warsztaty turystyczne z udziałem 30 przedstawicieli polskiej branży turystycznej;
- w lipcu i wrześniu 2010 r. Convention Bureau of Poland zrealizowało wizyty studyjne dla: przedstawicieli stowarzyszenia European Cities Marketing (ECM), przedstawicieli światowego przemysłu spotkań biorących udział w międzynarodowym projekcie CSR IMEX Challenge Poland 2010, przedstawicieli International Collegiate Programming Contest (ICPC), organizatora międzynarodowych zawodów w programowaniu komputerowym (jako miejsce kolejnych zawodów w 2012 ICPC rozpatruje Warszawę) oraz wizytę prasową dziennikarki wydawnictwa CAT Publication, wydawcy magazynów poświęconych przemysłowi spotkań;
- w dniach 13 – 15 września 2010 r. Convention Bureau of Poland zrealizowało I edycję międzynarodowego projektu CSR IMEX Challenge Poland 2010. Projekt skierowany był do profesjonalistów związanych z przemysłem spotkań (zarówno planistów jak i dostawców) i polegał na wsparciu lokalnej społeczności poprzez bezpośrednie zaangażowanie ochotników. W ramach projektu został zrewitalizowany teren wokół Rodzinnego Domu Dziecka w Wesołej oraz ufundowano stypendia naukowe dla wychowanków;
- zorganizowano (w dniach 22 – 23 września 2010 r.) spotkania merytoryczne z przedstawicielami algierskiej branży turystycznej, Algierskiej Organizacji Turystycznej i Ambasady Algierii w Warszawie. Celem spotkania była wymiana wzajemnych doświadczeń oraz szczegółowa prezentacja działań statutowych Polskiej Organizacji Turystycznej;

- w dniach 28 września – 2 października 2010 r. Polska Organizacja Turystyczna była organizatorem III Edycji workshopu dla polskiej i białoruskiej branży turystycznej. Celem nadrzędnym organizowanego workshopu było włączenie polskich ofert turystycznych do katalogów białoruskich biur podróży. Działaniem wspomagającym ten cel była podróż promująca walory turystyczne Podkarpacia. W warsztatach udział wzięły 23 biura z Białorusi i 22 firmy z Polski;
- POT objął patronat, stając się jednocześnie partnerem strategicznym V Edycji Workshopu Turystyki Przyjazdowej Meet Poland, odbywającego się w dniach 30 września – 1 października 2010 r. w Warszawie. W rozmowach udział wzięło około 72 zagranicznych przedstawicieli branży turystycznej oraz około 69 podmiotów z Polski;
- w dniach 03 – 07 listopada 2010 roku na Zamku Ryn, przy współpracy Urzędu Marszałkowskiego województwa warmińsko –mazurskiego, zorganizowano VII edycję Polsko-Rosyjskiego Forum Turystycznego dla 61 touroperatorów i 20 dziennikarzy z Rosji. Tegoroczna edycja Forum poświęcona została turystycznej promocji Warmii i Mazur zwłaszcza w kontekście sprzedaży ofert na letni aktywny wypoczynek dla ludzi młodych i w średnim wieku. Kluczowym momentem pobytu gości w Polsce była organizacja dwustronnych rozmów handlowych w formie workshopu, który umożliwił polskiej branży turystycznej prezentację swojej oferty. W spotkaniu ze strony polskiej udział wzięło 67 podmiotów w tym hotele, pensjonaty, sanatoria, biura podróży, gestorzy atrakcji turystycznych. Warsztaty poprzedzone zostały kilkoma prezentacjami multimedialnymi dotyczącymi m.in.: stanu przygotowań Polski do Euro 2012, ułatwień związanych z systemem wizowym, turystycznej promocji Warmii i Mazur;
- w IV kwartale 2010 r. Polska Organizacja Turystyczna opracowała i wydrukowała następujące wydawnictwa promocyjne :
 - „Mapa turystyczna Polski” , 6 wersji językowych, nakład 105 tys. egz.
 - „Kuchnia Polska”, 3 wersje językowe, nakład 27 tys. egz.
 - „UNESCO”, 3 wersje językowe, nakład 36 tys. egz.
 - „Parki Narodowe”, 5 wersji językowych, nakład 36 tys. egz.
 - „Polska – miasta i dziedzictwo kulturowe”, 5 wersji językowych, nakład 62 tys. egz.
 - „POLSKA”, 5 wersji językowych, nakład 57,5 tys. egz.
 - „Kalendarz trójdzielny POT” , 1 wersja językowa, nakład 3,5 tys. egz.
 - „Raport Przemysłu Spotkań”, 2 wersje językowe, nakład 1 tys. egz.
- w dniach 30 listopada – 2 grudnia 2010 r. w Barcelonie odbyły się targi EIBTM. Na stoisku narodowym, którego gospodarzem było CBP POT odbywały się spotkania indywidualne oraz prezentacje dla grup Hosted Buyers.

Zadania POT realizowane w ramach finansowania projektów z udziałem środków UE

- 9 czerwca 2010 r. w siedzibie Parlamentu Europejskiego w Brukseli odbyła się z inicjatywy Prezesa POT i przedstawiciela Parlamentu Europejskiego posła Jarosława Wałęsy, promocja Projektu „Promujmy Polskę Razem”, nad którą honorowy patronat objął Jerzy Buzek, Przewodniczący Parlamentu Europejskiego. Podczas prezentacji Europosłowie mieli okazję zapoznać się m.in. ze szczegółowym programem kampanii, której elementem jest rejs żaglowca Fryderyk Chopin;

- 10 czerwca 2010 r. odbyła się wideokonferencja dla dziennikarzy zagranicznych dotycząca kampanii promującej Polskę za granicą, której elementem jest rejs żaglowca Fryderyk Chopin po Europie. Dla dziennikarzy zostały przygotowane dodatkowo do pobrania materiały mające zainteresować Polską;
- 12 czerwca 2010 r. odbyła się w Szczecinie konferencja prasowa inaugurująca wypłynięcie żaglowca Fryderyk Chopin i rozpoczęcie kampanii promującej Polskę w Europie;
- zakończono pierwszy etap tworzenia home Office w Czechach, polegający na przygotowaniu czeskiej wersji językowej portalu internetowego;
- na międzynarodowych targach turystycznych ITB w Berlinie, z udziałem wszystkich regionów Polski oraz 28 podmiotów branżowych zostało zorganizowane stoisko narodowe o powierzchni 1 472 m². W trakcie tej edycji targów Polska Organizacja Turystyczna podpisała umowę z Messe Berlin, na mocy której Polska będzie w 2011 roku Krajem Partnerskim tej największej imprezy targowej na świecie;
- zakończyła się największa kampania produktowo-wizerunkowa Polski w Europie, realizowana podczas rejsu żaglowca „Fryderyk Chopin” w portach: Szwecji, Danii, Niemiec, Holandii, Belgii, Francji i Wielkiej Brytanii. Załogę żaglowca stanowili żeglarze zawodowi oraz wyłonieni w ramach konkursu zorganizowanego przez POT studenci uczelni turystycznych i tzw. Ambasadorowie Polskiej Turystyki wybrani przez widzów programu TVP 2 "Polska na śniadanie". Żaglowiec wypłynął w dniu 12 czerwca br. ze Szczecina. Podczas 3-miesięcznego rejsu po Europie zawięzaniom jednostki do portów towarzyszyły 2-3 dniowe imprezy o charakterze edukacyjnym i kulturalno-rozrywkowym, spotkania z mediami, przedstawicielami zagranicznej branży turystycznej, władzami lokalnymi, środowiskami opiniotwórczymi i publicznością. Odbywały się m.in.: interaktywne wykłady na temat Polski, malowanie pełnowymiarowych makiet fortepianów przez publiczność, budowanie pomników Chopina z parasoli, muszli, ciastek, serduszek plastycznych itp., balet do muzyki Chopina na rejach żaglowca (grupa Ocelot), prezentacja tańczących fontann i ogni sztucznych, pokazy i nauka poloneza. Przy zacumowanym żagłowcu uruchamiany był punkt informacji turystycznej, w którym m.in. wydawano katalogi i broszury informacyjne o Polsce oraz rozdawano atrakcyjne promocyjne gadżety (koszulki - ok. 30 tysięcy, ołówki - 50 tysięcy, balony dla dzieci - 100 tysięcy, torby ekologiczne 20 tysięcy). Pokład żaglowca został udostępniony zwiedzającym (średnio - 500 osób dziennie). W Londynie podjęto próbę bicia rekordu Guinnessa w najliczniej wykonanym korowodzie narodowego polskiego tańca. Polonez w jednoczesnym wykonaniu ponad 300 osób zakończył się sukcesem i rekord został oficjalnie potwierdzony. Równolegle prowadzone były na każdym z rynków kampanie w mediach (radio, prasa i outdoor). Ukazywały się liczne artykuły i relacje dziennikarskie opisujące wizytę żaglowca w danym mieście, w większości przypadków na stronach tytułowych ze zdjęciami, w czołowych gazetach lokalnych i ogólnokrajowych. Wsparciem dla całego projektu było wykorzystanie portali społecznościowych Facebook i Nasza Klasa, co pozwoliło zbudować oddaną projektowi zintegrowaną społeczność. O wyjątkowości kampanii promocyjnej świadczy również osiągnięty wynik odwiedzin strony rejsu www.chopinthechcourse.com - przez 3 miesiące jej funkcjonowania ok. 90 tys. wizyt, z czego ponad połowa to osoby z zagranicy (oprócz 7 krajów objętych kampanią wizyty na stronie odnotowano z 74 innych państw);

- 19 września 2010 r. odbyło się uroczyste powitanie Żaglowca Fryderyk Chopin w Gdyni. Na Skwerze Kościuszki i w całym mieście realizowane były liczne imprezy, a jedną z najważniejszych był duży koncert plenerowy z udziałem gwiazd polskiej sceny muzycznej. Specjalne aranżacje związane z muzyką Chopina przedstawili m.in. Justyna Steczkowska, Marcin Wyrostek, Maleo Regae Rockers, Audiofeels i inni;
- Publikacje na temat rejsu żaglowca „Fryderyk Chopin” i realcje z przebiegu kampanii Polska Chopin The Course ukazały się m.in.: w magazynie anglojęzycznym „The Warsaw Voice”, „First Class”, „Brief”, itd.;
- zakończono postępowanie konkursowe na kreację multimedialnej kampanii wizerunkowo-produktowej na rynkach niemieckim, francuskim i brytyjskim (na podstawie opracowanego wcześniej raportu pn. „Strategia komunikacji na rynkach: brytyjskim, niemieckim i francuskim”) oraz ogłoszono kolejne postępowanie na zakup mediów w kampanii realizowanej w latach 2011 i 2012;
- w grudniu 2010 r. ogłoszono postępowanie w trybie przetargu nieograniczonego na zakup mediów w ramach kompleksowej wizerunkowo-produktowej kampanii multimedialnej na trzech rynkach: niemieckim, brytyjskim i francuskim”;
- zakończona została realizacja filmu promocyjnego o Polsce, wykonywanego na użytek kampanii produktowo-wizerunkowej w Europie. Film przygotowany został do emisji w trzech formatach: 9 minut, 4,5 minuty oraz 30 sekund, w wersjach językowych krajów, gdzie prowadzona jest kampania. Fabuła ukazuje Polskę (sześć miast i Mazury) oraz kluczowe wartości i cechy Polaków widziane oczami obcokrajowców. Muzyka podkreślająca klimat pokazywanych miejsc została skomponowana specjalnie na potrzeby filmu;
- przygotowano osiem tematycznych prezentacji w sześciu wersjach językowych w programie Flash w związku z projektem „polskiego żaglowca”. Prezentacje zostały umieszczone na stronie internetowej dotyczącej rejsu polskiego żaglowca: www.chopinthechcourse.com oraz wykorzystane na wykładach Uniwersytetu Polowego w ramach imprez w portach podczas pobytu polskiego żaglowca;
- w dniach 08-11 listopada 2010 roku w Londynie odbyły się Międzynarodowe Targi Turystyczne WORLD TRAVEL MARKET. Polskie wystąpienie było podsumowaniem kampanii „Chopin the Course” i opierało się na roboczym tytule „**Chopin The Course – Morze Ofert**”. Do udziału w stoisku zostały zaproszone regiony wraz ze swoimi miastami – stolicami, które aktywnie uczestniczyły w projekcie, a także prowadzą działania promocyjne na rynku brytyjskim. Prezentowana na stoisku oferta dotyczyła turystyki miejskiej i kulturowej, aktywnej, city break, wydarzeń kulturalnych oraz wybranych produktów turystycznych. Również wystrój stoiska nawiązywał do projektu „Chopin The Course” poprzez m.in. marynistyczną aranżację barku oraz rozpięcie dużego baneru w formie żagla. Na stoisku została zastosowana nowa wizualizacja POT. Elementem podsumowującym projekt „Chopin The Course” była impreza promocyjna na stoisku z udziałem zaproszonych gości. Podczas wieczoru promowano polską kuchnię, a wieczór uświetnił występ polskiego kwartetu jazzowego.
Realizacja kampanii Promujmy Polskę Razem umożliwiła Polskiej Organizacji Turystycznej zamieszczenie reklam na terenach targowych, które zapraszały odwiedzających na Polskie Stoisko Narodowe. Obecność Polski została również odnotowana na ulicach Londynu, poprzez reklamę na taksówkach;

- w kwartałach II i III 2010 r. ze środków projektu „Promujmy Polskę Razem” sfinansowane zostały poniższe wydawnictwa:
 1. „POLSKA” – 6 wersji językowych, nakład łączny 80 000 egz.
 2. „Polska – największe atrakcje turystyczne”, 6 wersji językowych, nakład łączny 80 000 egz.
 3. „Polska – miasta i dziedzictwo kulturowe”, 6 wersji językowych, nakład łączny 80 000 egz.
 4. „Polska dla aktywnych”, 5 wersji językowych, nakład łączny 69 500 egz.
 5. „Polska Kuchnia”, 3 wersje językowe, nakład łączny 58 000 egz.
 6. „Parki narodowe w Polsce”, 6 wersji językowych, nakład łączny 80 000 egz.
 7. „Polska – UNESCO”, 3 wersje językowe, nakład łączny 55 000 egz.
 8. „Mapa Turystyczna”, 6 wersji językowych, nakład łączny 154 000 egz.
 9. „Polska Chopina – mapa”, 5 wersji językowych, nakład łączny 149 000 egz.
 10. foldery promujące miasta: Gdańsk, Szczecin, Wrocław, Poznań, Warszawa, Kraków w 5 wersjach językowych, nakład łączny: 617 000 egz.

Dodatkowo, w ramach projektu, wydano 4 rodzaje plakatów produktowych w 3 wersjach językowych i łącznym nakładzie 16 800 egz.: dziedzictwo kulturowe, polska przyroda, turystyka aktywna, turystyka biznesowa.

Działanie: 6.4.4.2 *Działania promocyjne na rynku krajowym*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 roku w ramach przedmiotowego działania kształtuje się na poziomie **9 480 tys. zł**. POT wydatkowała środki finansowe w ramach:

- dotacji podmiotowej **449 tys. zł**
- dotacji rozwojowej **420 tys. zł**
- środków z Unii Europejskiej **8 611 tys. zł**

W ramach Działania zrealizowano:

- spotkania: Forum Turystyki Przyjazdowej w Kielcach w dniach 9-10 kwietnia 2010 r. oraz w Łodzi w dniach 8-10.07.2010 r.;
- przygotowano i wydrukowano: „Mapa Judaica Polskie”, nakład 4 tys. egz., angielska wersja językowa;
- we wrześniu 2010 r. Convention Bureau of Poland przyznało kolejne rekomendacje w ramach programów: Profesjonalny Organizator Kongresów i Organizator Imprez Motywacyjnych;
- 30 września 2010 r. Convention Bureau of Poland było organizatorem spotkania, podczas którego wyłoniono nowych przedstawicieli programu Ambasador Kongresów Polskich;
- 25.03. i 28.04.2010 roku przeprowadzono prezentację CBP dla Polskiej Akademii Nauk oraz Klubu Ambasadora WCB;

- w dniu 4.11.2010 r. w Krakowie, w siedzibie Urzędu Miasta odbyła się Gala Ambasadorów Kongresów Polskich, organizowana wspólnie ze Stowarzyszeniem Konferencje i Kongresy w Polsce oraz Krakowie CB;
- przygotowanie multimedialnej prezentacji dotyczącej programu Ambasadorów Kongresów Polskich;
- udział przedstawiciela POT w spotkaniach miejskich Convention Bureaux we Wrocławiu (15.12.) i w Warszawie (14.12.) oraz prezentacja działalności Convention Bureau of Poland;
- wydanie publikacji multimedialnej dotyczącej unikatowych miejsc do organizacji spotkań i wydarzeń biznesowych „Unique venues in Poland”;
- publikację raportu nt. spotkań i wydarzeń biznesowych odbywających się na terenie Polski w 2009 roku „Przemysł spotkań i wydarzeń biznesowych 2010 – Poland Meetings and Events Industry Report 2010”;
- promocję dedykowanej strony www.polskapodajdalej.pl w: ekskluzywnym miesięczniku First Class – dodatku do dziennika „Rzeczpospolita”, magazynie Business Traveller, magazynie Brief, miesięczniku „Twój Styl”.

Zadania POT realizowane w ramach finansowania projektów z udziałem środków UE

- w czerwcu 2010 r. rozstrzygnięto postępowanie przetargowe na realizację jednego z komponentów projektu V.1 na „Opracowanie koncepcji kreatywnej i podstawowych elementów kreacji kampanii multimedialnej promującej atrakcyjność turystyczną wschodnich województw Polski, tj. województwa warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, lubelskiego, podkarpackiego i świętokrzyskiego wraz z wdrożeniem niniejszej kampanii”. Polska Organizacja Turystyczna powierzyła to zadanie konsorcjum firm Pan Media Western Sp. z o.o. oraz Bimers Sp. z o.o. Umowa jest realizowana w ramach projektu indywidualnego „Promocja zrównoważonego rozwoju turystyki”, Działanie V.1 Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2012. Polska Organizacja Turystyczna jest beneficjentem tego projektu;
- 29 czerwca 2010 r. odbyła się konferencja, na której zaprezentowano założenia projektu, którego realizacja ma na celu wzrost zainteresowania ofertą turystyczną wschodnich województw Polski i intensyfikacją ruchu turystycznego. W konferencji wzięli udział Katarzyna Sobierajska, podsekretarz Stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki, Elżbieta Wąsowicz-Zaborek, wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej, Rafał Sukiennik, zastępca dyrektora Departamentu Programów Ponadregionalnych w Ministerstwie Rozwoju Regionalnego, Maciej Berliński, dyrektor Zespołu Projektów Infrastrukturalnych w Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Ewa Góralska, reprezentująca Konsorcjum Pan Media Western Sp. z o.o. i Bimers Sp. z o.o oraz przedstawiciele regionalnych organizacji turystycznych, turystycznych izb gospodarczych i zaproszeni dziennikarze mediów branżowych;
- 9 grudnia 2010 r. odbyło się śniadanie prasowe, na którym zostały podsumowane pierwsze miesiące Kampanii promującej atrakcyjność turystyczną wschodnich regionów Polski. Kompleksowa kampania w zakresie promocji walorów turystycznych województw wschodniej Polski: warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, lubelskiego, podkarpackiego oraz świętokrzyskiego rozpoczęła się w lipcu br.;

- ukazał się dodatek promujący kampanię „Piękny Wschód – odkryj jak to blisko ” zatytułowany „The beautiful East” w magazynie anglojęzycznym „The Warsaw Voice”;
- wydanie dodatku promującego regiony położone we wschodnich regionach Polski „Zwiedzajcie wschód, bo naprawdę warto” w dzienniku „Puls Biznesu”;
- w sierpniu 2010 r. rozpoczęto zasadnicze działania kampanii informacyjno-promocyjnej na rynku krajowym. Elementem wiodącym kampanii były Najlepsze Produkty Turystyczne wyróżnione Certyfikatem POT. Szczególnymi produktami są Szlak Zabytków Techniki Województwa Śląskiego oraz Kanał Augustowski – Szlak Papieski, które dotychczas jako jedyne w Polsce zostały wyróżnione Złotym Certyfikatem POT i stały się myślą przewodnią i twarzą kampanii >> PolskaPodajDalej.pl >>. W centrum: Warszawy, Poznania, Gdańska oraz Krakowa prezentowane były na powierzchniach wielkoformatowych wizerunki Złotych Produktów, zapraszające do zapoznania się z ofertą turystyczną Polski pod adresem >> PolskaPodajDalej.pl >>. Portal ten został przygotowany pod kątem szybkiego wyszukiwania najbardziej atrakcyjnych propozycji spędzenia wolnego czasu pod znakiem logo Certyfikatów POT. Równolegle w ogólnopolskich wydaniach „Gazety Wyborczej” pojawiły się mapy z lokalizacją najbardziej atrakcyjnych miejsc turystycznych w Polsce oraz zapowiedziami konkursów. Każdemu z 2 wydań map towarzyszyła odrębna oprawa pod kątem Złotych Produktów Łączny nakład map osiągnął 685 000 egzemplarzy;
- powyższe działania wspierane były poprzez wyszukiwarke oraz portale społecznościowe w Internecie, które zwiększały zainteresowanie odkrywaniem atrakcyjności turystycznej Polski. Internetowe media społecznościowe wykorzystywane były także do promocji konkursów powiązanych z kampanią – zwiększających zainteresowanie potencjalnych turystów – tj. fotograficznego „Polska Travel Foto” oraz „Pamiętka z Regionu”, które prowadzone były do 30 września 2010 r., a których rozstrzygnięcie zaplanowano na Targi Tour Salon 2010 w Poznaniu, na zakończenie kampanii;
- we wrześniu 2010 r. podczas Międzynarodowych Targów Turystycznych „TT Warsaw 2010” zaprezentowano po raz pierwszy nową, otwartą i multimedialną koncepcję stoiska POT, przekazanego do wykorzystania przez Regionalne Organizacje Turystyczne. Wszystkie ROT-y otrzymały do dyspozycji po jednym stanowisku, przy którym udzielano informacji o produktach turystycznych danego regionu oraz prezentowano filmy nt. certyfikowanych produktów turystycznych;
- w październiku 2010 r. podczas Międzynarodowych Targów Turystycznych „Tour Salon 2010” w Poznaniu wspólnie z przedstawicielami Regionalnych Organizacji Turystycznych, promowano certyfikowane produkty turystyczne. Na 24 ekranach wyświetlano filmy prezentujące certyfikowane produkty z zakresu turystyki: aktywnej, wiejskiej, przyrodniczej, militarnej, przemysłowej, kulturowej i kulinarnej. Dominującym akcentem była wizualizacja graficzna poświęcona produktom nagrodzonym Złotymi Certyfikatami POT (Szlak Zabytków Techniki Województwa Śląskiego - 2008 r. i Kanał Augustowski Szlak Papieski - 2009 r.).
- 17 lutego 2010 r. w Hotelu Radisson Blu w Warszawie zorganizowano uroczystą konferencję pn.: „Wyzwania promocyjne dla Polski w świetle realizacji przez Polską Organizację Turystyczną Projektu Promujmy Polskę Razem - Działanie 6.3 POIG”, rozpoczynającą realizację projektu unijnego.

Wśród gości konferencji byli m.in.: Minister Rozwoju Regionalnego Elżbieta Bieńkowska, Podsekretarz Stanu MSiT Katarzyna Sobierajska, Podsekretarz Stanu MG Rafał Baniak oraz przedstawiciele niższego szczebla urzędów państwowych;

- 2 marca 2010 r. w siedzibie Polskiej Agencji Prasowej Warszawie odbyła się konferencja prasowa dotycząca promocji Polski w kontekście wykorzystania środków unijnych - Kurs na Polskę! Przedstawiono na niej mediom szczegóły projektu realizowanego przez POT „Promujmy Polskę Razem” oraz zaprezentowano: nową wizualizację, nowy slogan i koncepcje nowych kampanii - nowe spojrzenie na Polskę!;
- 21 maja 2010 r. przedstawiciele POT wzięli udział w konferencji prasowej w Szczecinie dotyczącej Dni Morza. Na konferencji zostały przedstawione szczegóły kampanii, której uroczyste rozpoczęcie zostało zaplanowane w czasie imprezy Dni Morza;

Działanie: 6.4.4.3 *Działania informacyjne i szkoleniowe*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 rok w ramach przedmiotowego działania kształtuje się na poziomie **989 tys. zł**. POT wydatkowała środki finansowe w ramach:

- dotacji podmiotowej **529 tys. zł**
- dotacji rozwojowej **69 tys. zł**
- środków z Unii Europejskiej **391 tys. zł**

W ramach Działania zrealizowano:

- 54 stoiska informacyjne podczas wydarzeń i imprez na rynkach objętych działalnością POIT: japońskim, hiszpańskim, niemieckim, rosyjskim, belgijskim, amerykańskim, francuskim, brytyjskim, austriackim, holenderskim, szwedzkim, włoskim i węgierskim;
- w dniach 8-10.02.2010 r. wspólnie z Gdańsk CB zorganizowano szkolenie DMAI „Destination Sales Training I i II” dla pracowników polskich convention bureaux;
- spotkania z miejskimi convention bureaux organizowane przez CBP: 11.02.2010 r. w Gdańsku, 10– 11.05.2010 w Poznaniu, 3-4.11.2010 w Krakowie;
- 17.02.2010 r. spotkanie dla branży pt. „Using trade fairs as an effective marketing tools” przeprowadzone przez reprezentanta targów IMEX;
- udział przedstawiciela POT w spotkaniach i konferencjach: Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy w Polsce, konferencji „EVENT ROI – Czas zebrać zysk z inwestycji”, konferencji zorganizowanej przez Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel, I Międzynarodowej Konferencji Specjalistów ds. turystyki biznesowej, ESNEP (European Site Networking and Education Program), ICCA Central European Chapter Meeting; ICCA Congress Hyderabad, International Conference Site;
- 20.04.2010 w Warszawie CBP koordynowało studencką konferencję naukową IMEX-MPI Future Leaders Forum Warsaw („Bądź jak Chopin – skomponuj swoją przyszłość”), w której wzięło udział 110 studentów z 10 ośrodków akademickich;

- w lipcu pracownicy Convention Bureau of Poland otrzymali międzynarodowe certyfikaty Destination Pro, programu rozwoju zawodowego podwyższającego poziom profesjonalizmu i wydajności we wszystkich obszarach działalności sprzedaży i marketingu turystycznego;

Zadania POT realizowane w ramach finansowania projektów z udziałem środków UE

- w 2010 roku zorganizowano dwa spotkania robocze z przedstawicielami regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych oraz informacji turystycznej. Spotkania robocze zorganizowano w drugim i czwartym kwartale (maj, grudzień). Tematami wiodącymi spotkań były zagadnienia dotyczące wprowadzenia Polskiego Systemu Informacji Turystycznej w ramach projektu Promujmy Polskę Razem komponent B poz. analiza rynku informacji turystycznej. Bezpośredni kontakt z przedstawicielami ROT-ów i LOT-ów oraz IT doprowadziły do konfrontacji oczekiwań wszystkich stron i rozpoczęcia prac mających na celu wprowadzenie docelowych struktur organizacyjnych.
- w ramach działań informacyjnych związanych z realizacją Projektu 6.3 PO IG „Promujmy Polskę Razem” dokonano zakupu materiałów promocyjnych, które były oznakowane logotypem Projektu, Unii Europejskiej i dystrybuowane w trakcie imprez promujących Projekt (konferencje, spotkania informacyjne, imprezy itp.).

Działanie: 6.4.4.4 Budowanie, rozwój i promocja systemu informacji turystycznej

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 rok w ramach powyższego działania kształtuje się na poziomie **182 tys. zł**. Przedmiotowe środki zostały wydatkowane w ramach dotacji podmiotowej na realizację następujących działań:

- w okresie od 1 czerwca do 30 września 2010 roku, w okresie tzw. wysokiego sezonu turystycznego, działał telefon bezpieczeństwa dla turystów zagranicznych przebywających w Polsce. Linia obsługiwana była w językach: angielskim, niemieckim i rosyjskim pod nadzorem Komendy Głównej Policji a informacja o usłudze propagowana była wśród turystów poprzez ulotki z numerami telefonów, w co najmniej 3 wersjach językowych (ponad 120 tysięcy ulotek rocznie).

.III. Nazwa i numer podzadania wg planu rzeczowo-finansowego:

Podzadanie: 6.4.5 Badania i analizy na potrzeby gospodarki turystycznej w Polsce

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 roku w ramach powyższego podzadania kształtuje się na poziomie **1 340 tys. zł**. Przedmiotowe środki zostały wydatkowane w ramach następujących części budżetowych:

- Część budżetowa 20 – *Gospodarka***671 tys. zł**
- Część budżetowa 40 – *Turystyka***522 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT**147 tys. zł**

2. Opis stanu realizacji podzadania w 2010 roku:

- Celem podzadania jest: *pozyskiwanie danych do oceny stanu gospodarki turystycznej i kształtowania polityki w zakresie turystyki*

3. Do monitorowania realizacji podzadania określono następujące mierniki:

- *Liczba odsłon stron internetowych <http://msport.gov.pl/badania-ryнку-turystycznego> i <http://pot.gov.pl/dane> (w tys. szt.)*

4. Wartość bazowa miernika ustalono jako 0 w 2009 r.

5. Wartość docelowa miernika na koniec 2010 roku wyniosła: 10 217

Nazwa i numer działania wg planu rzeczowo-finansowego:

Działanie: 6.4.5.1 *Badania konsumentów usług turystycznych*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w ramach przedmiotowego działania kształtuje się na poziomie **970 tys. zł**. POT wydatkowała do środki finansowe w ramach:

- dotacji podmiotowej **299 tys. zł**
- dotacji rozwojowej **101 tys. zł**
- środków z Unii Europejskiej **570 tys. zł**

W roku 2010 przeprowadzono następujące zadania:

- wydrukowano w nakładzie 500 egzemplarzy opracowanie merytoryczne wystąpień z konferencji pt. „Regionalne badania konsumentów usług turystycznych”. Wydawnictwo ukazało się w serii Biblioteczka Polskiej Organizacji Turystycznej. W grudniu rozpoczęła się dystrybucja wydawnictwa, książka została już przekazana do MSiT, Regionalnych Organizacji Turystycznych, urzędów marszałkowskich. Trwa wysyłka do pozostałych zainteresowanych: uczestników konferencji i branży turystycznej;
- trwają prace na kolejną pozycją wydawniczą - poradnikiem pod roboczym tytułem „Jak badać konsumentów usług turystycznych w regionie”. Wydawnictwo wpisuje się w działania Polskiej Organizacji Turystycznej na rzecz inicjowania spójnego, profesjonalnego systemu badań w turystyce;
- rozpoczęto przygotowanie szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia (SOPZ) na potrzeby postępowania przetargowego na realizację pilotażowej fali badań regionalnych. W grudniu opracowane zostały kluczowe zagadnienia metodologiczne - kryteria losowania próby do badania, które zostały włączone do szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia. Rozpoczęcie procedury przetargowej oraz realizacja badania planowane są na pierwszą połowę 2011 roku.

Zadania POT realizowane w ramach finansowania projektów z udziałem środków UE:

- w ramach Działania 6.3 PO IG przygotowano założenia oraz zweryfikowano harmonogram rzeczowo-finansowy podprojektu „Seminaria i warsztaty” realizowanego z projektu „Promujmy Polskę Razem”. Opracowano zakres tematyczny szkoleń, propozycje przesłane zostały do Regionalnych Organizacji Turystycznych celem konsultacji z przedstawicielami branży. Po zakończeniu procesu konsultacji prowadzono prace nad szczegółowym opisem przedmiotu zamówienia;
- w związku z rozpoczynającą się kampanią promocyjną w ramach Działania V.1 Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2012, przeprowadzono postępowanie przetargowe na realizację badań skuteczności kampanii w trzech falach: przed, w trakcie i po kampanii. Badanie skierowane jest na grupy docelowe kampanii; realizowane jest metodami ilościowymi: PAPI w Polsce (face to face) - w dziesięciu województwach, w miastach powyżej 50 000 mieszkańców oraz CAWI (przez Internet) - w Niemczech i na Ukrainie. W lipcu przeprowadzona została realizacja badania w terenie. Na podstawie wyników pierwszej fali badania- przed kampanią – przygotowany został raport oraz opracowanie (będące streszczeniem wyników badania) adresowane do władz gmin, powiatów i województw wschodniej Polski;
- przeprowadzono postępowanie przetargowe na dostawę i obsługę serwisową oprogramowania PASW Data Collection, służącego do prowadzenia badań marketingowych (samodzielnego – przez Polską Organizację Turystyczną - i we współpracy z innymi podmiotami);
- w czerwcu 2010 r. podpisano umowę na roczny dostęp on-line (od 1 lipca 2010 r. do 30 czerwca 2011 r.) do bazy Tourism Decision Metrics, prowadzonej przez Tourism Economics – An Oxford Economics Company (podprojekt „Badania i analizy”, Komponent C). Tourism Decision Metrics zawiera informacje statystyczne i marketingowe (ekonomiczne i turystyczne) oraz przygotowane na ich podstawie prognozy dla ok. 180 państw świata. Dostęp do danych Tourism Decision Metrics pozwoli na dokonywanie pomiarów pozycji konkurencyjnej Polski w stosunku do głównych konkurentów na rynkach emisji ruchu turystycznego, w czasie realizowania i po zakończeniu Projektu „Promujmy Polskę Razem”;
- w maju 2010 r. rozstrzygnięte zostało postępowanie przetargowe na „Opracowanie raportu pn. Strategia komunikacji na rynkach: brytyjskim, niemieckim i francuskim, w oparciu o analizę danych wtórnych (badanie desk research) oraz przeprowadzone uzupełniające badania rynkowe na w/w rynkach”. W ramach tego zadania w maju i czerwcu zrealizowano po 8 grup FGI w każdym z krajów objętych badaniem (łącznie 24 grupy z konsumentami – osobami aktywnymi turystycznie) oraz 15 wywiadów pogłębionych (IDI) z touroperatorami z tych państw. Otrzymano dwa raporty – raport z badań jakościowych oraz raport pn. „Strategia komunikacji na rynkach: brytyjskim, niemieckim i francuskim”. Raport dotyczący strategii komunikacji został wykorzystany jako materiał analityczny w postępowaniu konkursowym na opracowanie kreacji kampanii na rynkach: brytyjskim, niemieckim i francuskim.

Działanie: 6.4.5.2 *Monitoring i analizy rynku*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 roku w ramach przedmiotowego działania kształtuje się na poziomie **370 tys. zł**. POT wydatkowała do środki finansowe w ramach:

- dotacji podmiotowej **223 tys. zł**
- pozostałe przychody POT **147 tys. zł**

W ramach powyższego działania:

- zakończono realizację umowy zawartej z Instytutem Turystyki Sp. z o.o. na sporządzenie wycień Wskaźnika Użyteczności Turystyki Zagranicznej (WUTZ) 2010 i przeprowadzenie analizy porównawczej do wyników WUTZ 2006, 2007, 2008 i 2009 oraz opracowywanie materiałów z zakresu turystyki krajowej i międzynarodowej dla potrzeb własnych i organizacji międzynarodowych współpracujących z POT;
- podpisano umowę na wykonanie opracowania „Konkurencyjność cenowa polskich produktów turystycznych na wybranych rynkach emisyjnych w relacji do ofert głównych konkurentów”. Pierwsza część pracy (przygotowanie szczegółowych założeń badania, opis metodologii, założenia do zbierania danych i losowania próby) została ukończona i odebrana w czerwcu. Na jej podstawie przygotowano i umieszczono na stronie internetowej POT zapytanie ofertowe w sprawie utworzenia bazy danych cen ofert;
- we wrześniu zbieranie danych cen ofert zostało ukończone. Powstała baza liczy 4 357 rekordów i została przekazana wykonawcy. Przygotowane na podstawie bazy opracowanie „Konkurencyjność cenowa polskich produktów turystycznych na wybranych rynkach emisyjnych w relacji do ofert głównych konkurentów. Lato 2010 – raport z badań” zostało ukończone i odebrane w listopadzie;
- w grudniu rozpoczęto zbieranie danych cen ofert sezonu zimowego, obejmującego okres od 15 grudnia 2010 roku do końca marca 2011. Dane z sezonu zimowego – porównanie cen pobytów w polskich górach (województwach południowych) z ofertami konkurencji z: Niemiec, Austrii, Czech i Słowacji mają zostać zebrane po raz pierwszy, opracowanie ukaże się w połowie 2011 roku;
- na bieżąco wprowadzano dane statystyczne do systemu TourMIS oraz przekazywano dane i informacje do organizacji międzynarodowych (European Travel Commission, V-4) oraz innych instytucji (Travel Journal Inc - wydawca Japan Travel Blue Book);
- zamówiono raport „The European Pool Report 2010” firmy IPK International, zawierający dane pierwotne (z badania realizowanego przez IPK) dotyczące turystyki przyjazdowej i wyjazdowej do/z większości rynków europejskich (w tym Polski). Materiały „The European Pool Report” z kolejnych lat są wykorzystywane w bieżących pracach Polskiej Organizacji Turystycznej. Raport „The European Pool Report 2010” zostanie przekazany POT w pierwszej połowie 2011 roku;

- w dniach 16-17 września 2010 r. przedstawiciele Polskiej Organizacji Turystycznej wzięli udział we współorganizowanym przez European Travel Commission oraz United Nations World Tourism Organisation „TourMIS Users’ Workshop and International Seminar on Demographic Change and Tourism”, podczas którego zaprezentowano nowe funkcjonalności systemu TourMIS oraz omawiano wpływ współczesnych zmian demograficznych na zachowania turystyczne ludności oraz marketing destynacji i produktów turystycznych;
- w oparciu o analizę desk research opracowano raport „Rynek turystyczny Czech”;
- wykonano pracę pt. „Badanie stanu komercjalizacji produktu turystycznego”, na podstawie informacji uzyskanych podczas wywiadów na temat struktury sprzedaży przeprowadzonych z przedstawicielami touroperatorów - członkami Forum Turystyki Przyjazdowej;
- opracowane zostały zagadnienia przydatne w tworzeniu kompendium wiedzy potrzebnej do obsługi turystów, którzy przyjadą do Polski w czasie rozgrywania UEFA EURO 2012. Manual zawiera popularne informacje z zakresu wiedzy o krajach i ich mieszkańcach - uczestnikach UEFA EURO 2012 i ma służyć podniesieniu jakości obsługi turystów zagranicznych w hotelach, restauracjach itd.;
- w dniach 22-23 listopada 2010 roku przedstawiciele POT uczestniczyli w międzynarodowym spotkaniu w Lizbonie - 10th International Forum on Tourism Statistics. Na forum prezentowane były (i przyjęte zostały z uznaniem i z dużym zainteresowaniem) wyniki realizowanego na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej badania „Konkurencyjność cenowa polskich produktów turystycznych w relacji do ofert głównych konkurentów”;
- zlecono opracowanie raportu „Turystyka polska w 2009 roku. Układ regionalny”, prezentującego sytuację w polskiej turystyce w układzie wojewódzkim, w tym unikatowe dane dotyczące struktury krajowych i zagranicznych przyjazdów do poszczególnych województw. Raport odebrano w grudniu 2010 r.
- w związku z planowanym na 2011 rok seminarium na temat metod badań i oceny produktu turystycznego zlecono przygotowanie następujących opracowań:
 - „Metodologia oceny atrakcyjności i konkurencyjności rynków emisyjnych dla wybranych produktów turystycznych wg Arthura D. Little”;
 - „Założenia metodologiczne budowy Wskaźnika Użyteczności Turystyki Zagranicznej (WUTZ) dla potrzeb oceny rynków emisyjnych. Zmiana struktury wskaźnika i wyniki w latach 2005-2010”;
 - „Przegląd narzędzi do oceny znaczenia produktów turystycznych stosowanych w strategiach regionalnych i miejskich. Prezentacja najciekawszych rozwiązań”;
 - „Metody i narzędzia oceny atrakcji turystycznych na poziomie regionalnym”;
 - „Przegląd definicji produktu turystycznego i próba zdefiniowania produktu dla potrzeb marketingu turystycznego”.

Wszystkie opracowania odebrano w IV kwartale 2010 roku.

6.13. Informatyzacja działalności i budowa społeczeństwa informacyjnego

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych na zadania realizowane przez Polską Organizację Turystyczną w 2010 roku kształtuje się na poziomie **1 697 tys. zł** w ramach:

- Części budżetowej 20 – Gospodarka w kwocie **666 tys. zł**
- Część budżetowa 40 – Turystyka w kwocie **938 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **93 tys. zł**

IV. Nazwa i numer podzadania wg planu rzeczowo-finansowego:

Podzadanie: 6.13.1 *Utrzymanie systemów informatycznych*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 roku w ramach powyższego działania kształtuje się na poziomie **1 031 tys. zł**. Przedmiotowe środki zostały wydatkowane w ramach następujących źródeł:

- Część budżetowa 40 – *Turystyka* **938 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **93 tys. zł**

2. Opis stanu realizacji podzadania w 2010 roku:

- Celem podzadania jest: *rozwój narodowego portalu turystycznego*

3. Do monitorowania realizacji podzadania określono następujące mierniki:

- *Procentowy udział czasu bezawaryjnego funkcjonowania serwisów*

4. Wartość bazowa miernika ustalono jako 75%.

5. Wartość docelowa miernika w 2010 roku wyniosła: 95%

Nazwa i numer działania wg planu rzeczowo-finansowego:

Działanie: 6.13.1.1 *Administracja portalem www.polska.travel wraz z serwisami ukierunkowanymi na poszczególne rynki zagraniczne (prowadzonymi w lokalnych językach)*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 roku w ramach powyższego działania kształtuje się na poziomie **712 tys. zł**. POT wydatkowała środki w ramach:

- dotacji podmiotowej **619 tys. zł**
- pozostałe przychody POT **93 tys. zł**

W ramach tego zadania:

- prowadzono nadzór działającego portalu informacji turystycznej POT (serwisy wielojęzyczne polska.travel), realizowano wsparcie techniczne i merytoryczne użytkowników;

- dokonano wyboru firmy, której powierzone zostaną obowiązki obsługi stron www. na rynku izraelskim;
- rozpoczęto aktualizację i weryfikację treści hebrajskich dla serwisu www.polin.travel.

Działanie: 6.13.1.2 *Rozwój techniczny platformy systemowej dla portalu*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 roku w ramach powyższego działania kształtuje się na poziomie **319 tys. zł**. Przedmiotowe środki zostały wydatkowane w ramach dotacji podmiotowej.

W ramach tego zadania kontynuowano projekt rozwoju pracy serwisów internetowych polska.travel oraz rozpoczęto działania w zakresie optymalizacji i pozycjonowania tych serwisów w wyszukiwarkach internetowych. W ramach tych działań przeprowadzono audyt serwisów polska.travel, na podstawie którego powstał projekt zmian technicznych w serwisie. Obecnie trwa etap wdrażania zaleceń pod kątem optymalizacji SEO (optymalizacja wyszukiwania organicznego).

V. Nazwa i numer podzadania wg planu rzeczowo-finansowego:

Podzadanie: 6.13.2 *Budowa i wdrażanie rozwiązań informatycznych*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w ramach powyższego podzadania kształtuje się na poziomie **666 tys. zł**. Przedmiotowe środki zostały wydatkowane w ramach części budżetowej 20 – *Gospodarka*.

2. Opis stanu realizacji podzadania w 2010 roku:

- Celem podzadania jest: *zwiększenie dostępności informacji o Polsce i produktach turystycznych w Polsce poprzez wprowadzenie nowych rozwiązań opartych na technologii GPS, GSM; budowa rozwiązań CRM i Contact Centre dla podniesienia jakości i dostępności informacji turystycznej w Polsce.*

3. Do monitorowania realizacji podzadania określono następujące mierniki:

- *Procentowy wzrost odwiedzających Zintegrowany System Informacji Turystycznej*

4. Wartość bazowa miernika ustalono jako 0%.

5. Wartość docelowa miernika w 2010 roku wyniosła: 0

- *Obecnie trwa budowa Zintegrowanego Systemu Informacji Turystycznej.*

Nazwa i numer działania wg planu rzeczowo-finansowego:

Działanie: 6.13.2.1 *Wprowadzenie nowych rozwiązań opartych na technologii GPS,GSM.*

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 roku w ramach powyższego działania kształtuje się na poziomie **541 tys. zł**.

Przedmiotowe środki zostały wydatkowane w ramach:

- dotacji rozwojowej *81 tys. zł*
- środków z Unii Europejskiej *460 tys. zł*

Zadania POT realizowane w ramach finansowania projektów z udziałem środków UE

- w ramach działań związanych z budowaniem systemu informacji turystycznej przeprowadzono projekt analityczny "Opracowanie analizy rynku informacji turystycznej oraz wspomagających ją systemów informatycznych w Polsce". W ramach projektu przeprowadzono inwentaryzację istniejących jak i będących w fazie budowy systemów informatycznych wspierających informację turystyczną w Polsce, przeprowadzono szereg spotkań z podmiotami będącymi częścią Polskiego Systemu Informacji Turystycznej;
- prowadzono prace w ramach rozbudowy infrastruktury informatycznej oraz prowadzono działania w zadaniach obejmujących zakup baz danych oraz budowy nowego kanału dystrybucji informacji turystycznej – poprzez urządzenia mobilne w technologii GSM. Prace w ramach tego projektu są realizowane zgodnie z harmonogramem;
- opracowano dokumentację przetargową dla projektów:
 - zakup baz danych, mającego na celu zwiększenie zakresu informacyjnego danych przechowywanych w serwisach informacji turystycznej i opracowanie aplikacji kontrolującej w ramach Zakup baz danych;
 - rozbudowa infrastruktury, stanowiącej techniczne i systemowe podstawy dla rozbudowy systemu informacji turystycznej o narzędzia do gromadzenia i przetwarzania danych statystycznych oraz wsparcia CRM o Contact Center;
 - zakup serwisu informacji turystycznej na telefony komórkowe;
 - opracowanie wieloplatformowego serwisu do planowania podróży do Polski dla turystów zagranicznych;
- prowadzono działania w ramach projektów GSM/GPS, CRM oraz Contact Center;
 - w ramach powyższego działania został dokonany zakup sprzętu informatycznego, który został sfinansowany z Działania 6.3 PO IG.
- wprowadzono tłumaczenia tekstów oraz elementów stałych szablonu do systemu CMS dla wersji: czeskiej, norweskiej i duńskiej;
- uruchomiono on-line wersje czeską, norweską i duńską serwisów travel.

Działanie: 6.13.2.2 Aktywne pozycjonowanie

Przewidywane wydatkowanie środków finansowych w 2010 roku w ramach powyższego działania kształtuje się na poziomie **125 tys. zł.**

Przedmiotowe środki zostały wydatkowane w ramach:

- dotacji rozwojowej19 tys. zł
- środków z Unii Europejskiej106 tys. zł

Zadania POT realizowane w ramach finansowania projektów z udziałem środków UE:

- przeprowadzono pilotażowe działania e-marketingowe mające na celu promocję i zwiększenie widoczności serwisów polska.travel w sieci Internet na rynkach wskazanych w strategii marketingowej: niemieckim, brytyjskim, francuskim, holenderskim i szwedzkim, głównie w wyszukiwarce Gogle oraz na portalu TripAdvisor.
- przeprowadzono kampanie display (banery wideo) na rynku czeskim, norweskim i duńskim na portalu turystycznym TripAdvisor, są to kampanie promocyjne dla nowouruchomionych serwisów travel dla tych rynków, prowadzone działania miały na celu zwiększenie widoczności marketingowej serwisów polska.travel oraz wzrost ruchu dla nowych serwisów;
- zostały uruchomione kampanie video z wykorzystaniem form reklamowych typu pre-roll oraz filmy promowane w wyszukiwarce filmowej YouTube dla użytkowników z Czech, Norwegii oraz Danii, z wykorzystaniem spotów reklamowych Move Your Imagination dla miast. rynków, Prowadzone działania miały na celu zwiększenie widoczności marketingowej serwisów polska.travel na wybranych rynkach oraz wzrost ruchu dla nowych serwisów;
- zostały uruchomione kampanie AdWords (SEM) w wyszukiwarce Google dla rynku czeskiego, norweskiego i duńskiego. rynków, prowadzone działania miały na celu zwiększenie widoczności marketingowej serwisów polska.travel na wybranych rynkach oraz wzrost ruchu dla nowych serwisów.

Warszawa, dnia 21.01.2011 r.