

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2012 r. w układzie zadaniowym za 4 kwartały 2012 r.

Opis realizacji zadania 6.4. *Wsparcie i promocja turystyki*

Na realizację zadania 6.4 *Wsparcie i promocja turystyki* w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano łącznie środki w wysokości **93 175 tys. zł**, z czego:

- Dotacja podmiotowa (Część budżetowa 40 – Turystyka) **39 326 tys. zł**
- Środki z Unii Europejskiej (Część budżetowa 20 – Gospodarka) **52 227 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **1 622 tys. zł**

Celem zadania jest: do roku 2015 zwiększenie wydatków cudzoziemców przyjeżdżających do Polski oraz mieszkańców Polski na podróże krajowe do poziomu 67 mld PLN.

Mierniki realizacji celu:

| | Wartość planowana w 2012 r. | Wartość osiągnięta od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. |
|--|-----------------------------|--|
| Wydatki cudzoziemców przyjeżdżających do Polski oraz mieszkańców Polski na podróże krajowe (w mld PLN) | 59,0 | Wartość miernika określana jest przez MSiT |

I. Opis realizacji podzadania: 6.4.1. *Kreowanie polityki w obszarze turystyki*

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano kwotę **2 942 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **2 185 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **437 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **320 tys. zł**

Celem podzadania jest: do roku 2015 zwiększenie liczby turystów odwiedzających Polskę do poziomu 13 mln turystów

Cel ma zostać zrealizowany przez działania:

- Współpraca z branżą
- Współpraca międzynarodowa

Mierniki realizacji celu:

| | Wartość planowana w 2012 r. | Wartość osiągnięta od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. |
|---|-----------------------------|--|
| Liczba turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski w danym roku (w mln) | 13,6 | Wartość miernika określana jest przez MSiT |

1. Opis realizacji działania: 6.4.1.1. Współpraca z branżą

Na realizację działania w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano kwotę **1 688 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **1 086 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **437 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **165 tys. zł**

Cel: Wymiana wiedzy i doświadczeń w obszarze turystyki między różnymi interesariuszami sektora turystyki

Mierniki realizacji celu:

| | Wartość planowana w 2012 r. | Wartość osiągnięta od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. |
|---------------------------------------|-----------------------------|--|
| Liczba spotkań roboczych i warsztatów | 9 | 9 |

Działanie było realizowane poprzez Poddziałania:

6.4.1.1.1 Spotkania robocze i konsultacje z regionami i przedstawicielami polskiej branży turystycznej:

- 24-25 lutego 2012 r. - warsztaty turystyczne POT- ROT, z udziałem przedstawicieli 15 regionów i urzędów marszałkowskich - uzgodniono wspólne działania w zakresie rozwoju i promocji turystyki;
- 7-11 marca 2012 r. - podczas targów ITB w Berlinie przeprowadzono badanie ankietowe z odwiedzającymi polskie stoisko nt. oceny atrakcyjności wizerunkowo-produktowej Polski (442 wywiady); zadanie wykonane zostało w ramach współpracy z uczelniami - Uniwersytet Łódzki. Rezultat: kompleksowy raport nt. struktury oraz opinii odwiedzających polski pawilon na targach;
- 12 i 16 marca 2012 r. - wsparcie organizacji branżowych konferencji: edukacyjnej MPI Winter Meeting dla 50 uczestników oraz studenckiej - Future Leaders Forum Warsaw dla ok. 350 uczestników;

- 16–18 maja 2012 r. – udział w konferencji „Popyt turystyczny” w Kołobrzegu. Konsultacje dotyczące badań przemysłu turystycznego, w tym przemysłu spotkań. W konferencji udział wzięło 120 przedstawicieli polskiej branży;
- 14 czerwca 2012 r. – wsparcie organizacji Miksera Biznesowego branży konferencyjno-kongresowej organizowanego przez Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce dla około 130 osób;
- 28 sierpnia 2012 r. udział w EIBTM Talks Technology - pierwszym spotkaniu edukacyjnym organizatorów targów branżowych pt. „EIBTM Talks”, które miało miejsce w Gdańsku; w spotkaniu udział wzięło ponad 60 uczestników;
- Udział w organizacji XIII Europejskiej Akademii Planistów i Organizatorów Konferencji i Kongresów z udziałem ponad 50 uczestników;
- W dniach 3-4 września 2012 r. zorganizowano akcję społecznej odpowiedzialności biznesu „Wracamy do Ogrodu 2012” mającą na celu wsparcie Placówki Opiekuńczo-Wychowawczej „Parkowa” w Krakowie - w TVP Kraków ukazała się relacja z wydarzenia;
- 25 września 2012 r. odbyła się Gala „Move Your Imagination”, podsumowująca przemysł spotkań w kampanii promocyjnej POT w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem” przy okazji 10-lecia PCB POT. W Gali udział wzięło 110 uczestników;
- Podpisano 16 porozumień o współpracy z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi w zakresie: działań promocyjnych, podnoszenia jakości i tworzenia Polskiego Systemu Informacji Turystycznej oraz bieżącej wymiany informacji branżowych;
- W dniach 27-29 września 2012 roku w Warszawie na Targach TT Warsaw zorganizowano polskie stoisko (powierzchnia 100 m²) z udziałem większości Regionalnych Organizacji Turystycznych, jako podwystawców. Podczas Targów wyświetlano filmy promocyjne (wizerunkowe i produktowe) oraz odcinki serialu krajoznawczego realizowanego pod patronatem POT „Nie ma jak Polska”. Przygotowano również emisję pt. „Polska w kadrze” – najlepsze polskie filmy promocyjne prezentowane przez film, art & tourism festival oraz tourfilmweb.com. W ramach współpracy z MT Polska w dniu 28 września odbyły się dwumodułowe certyfikowane warsztaty dla biur podróży, touroperatorów i organizatorów konferencji „Promocja i komunikacja firmy w internecie”;
- Przedstawiciel POT wziął udział w pracach Krajowego Komitetu Sterującego Konwencji o ochronie i zrównoważonym rozwoju Karpat w dniu 2 października br.;
- 13 listopada 2012 r. wspólnie z Polskim Stowarzyszeniem Turystyki zorganizowano w Warszawie ogólnopolską konferencję „Warszawa przyjazna turystyce”. Celem konferencji było określenie szans i barier rozwoju turystyki przyjazdowej do Warszawy;
- 16 listopada 2012 r. odbyło się spotkanie z regionalnymi Convention Bureaux mające na celu omówienie działań prowadzonych w roku 2013 oraz propozycje współpracy;
- Przedstawiciele Dep. Współpracy Regionalnej POT dwukrotnie wzięli udział w Forum LOT-ów, które odbywało się 23 listopada w Łodzi oraz w dniach 30 listopada-1 grudnia 2012 r. podczas Gremium Ekspertów we Wrocławiu;
- 15 grudnia 2012 roku, we współpracy z Małopolską Organizacją Turystyczną, na Polanie Szymoszkowej w Zakopanem zainaugurowano Sezon Narciarski 2012/2013. Podczas towarzyszącemu wydarzeniu seminarium „Wpływ inwestycji na rozwój turystyki zimowej” -

Jacek Janowski, wicedyrektor Departamentu Współpracy Regionalnej POT przedstawił projekty realizowane w ramach Działania 6.4 POIG.

6.4.1.1.2 Marketing wewnętrzny:

- Wydano publikację (album) Polskiej Organizacji Turystycznej „Działania w latach 2010-2011” – nakład 500 egzemplarzy, skierowane do partnerów POT, środowisk opiniotwórczych, dziennikarzy, polityków i urzędników;
- W lutym 2012 r. - zaprezentowano *Marketingową Strategię Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020*. Główne jej założenia oraz światowe trendy na międzynarodowym rynku turystycznym przedstawił mediom Wiceprezes POT Pan Bartłomiej Walas, autor koncepcji strategii. W spotkaniu udział wzięło 20 dziennikarzy;
- 13–15 kwietnia 2012 r. podczas Gdańskich Targów Turystycznych odbyła się konferencja dotycząca przygotowań do EURO 2012, prezentacja działań promujących Polskę, dystrybucja materiałów, konkursy o Polsce;
- 15 maja 2012 r. "Telefon bezpieczeństwa 2012" – odbyła się konferencja organizowana we współpracy z Ministerstwem Sportu i Turystyki, Urzędem ds. Cudzoziemców oraz Komendą Główną Policji; temat – uruchomienie telefonu bezpieczeństwa, wcześniejsze do pozostałych ze względu na turniej piłkarski, skierowana do szerokiego środowiska polskich dziennikarzy;
- 8, 9 czerwca 2012 r. – briefingi dla dziennikarzy lokalnych; pierwsze wydarzenie - w Wyszkowie, udział w wydarzeniu Fan City Tour we współpracy z Zespołem ds. Euro; trasa wybrana ze względu na patronat TVP;
- 24 czerwca 2012 r. – briefing dla dziennikarzy lokalnych – Łowicz/Nieborów;
- Publikacja materiału informacyjno-promocyjnego dotyczącego działań Polskiej Organizacji Turystycznej na łamach dwutygodnika Bloomberg Business Week Polska;
- Udział przedstawiciela POT w dwóch Komisjach Sejmowych Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki na temat: podsumowania działań podczas EURO 2012 w skali ogólnokrajowej (prezentacja PL 2012, Spółka EURO 2012, MSiT) oraz podsumowania działań i efektów działań podczas EURO 2012 zaprezentowane przez Miasta Gospodarzy;
- Od lipca do września spot promocyjny Feel invited był pokazywany na międzynarodowych festiwalach filmowych: Ciff Zagreb Tour Film Festival – Zagrzeb, Document.Art - Pitesti, KITOVRAS – Veliky Novgorod oraz SILAFEST – Veliko Gradiste, Serbia;
- 28 września 2012 r. przeprowadzono briefing z laureatami Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny 2012, Certyfikaty Polskiej Organizacji Turystycznej;
- 12 października 2012 roku odbyła się III Gala „Warszawskie Wieczory Olimpijskie” organizowana w tym roku przez Fundację im. Feliksa Stamma. Wśród instytucji aktywnie wspierających działalność Fundacji znajduje się także Polska Organizacja Turystyczna, a Prezes POT był członkiem Kapituły. Patronat Honorowy nad wydarzeniem objęli: Prezydent Miasta Stołecznego Warszawa, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Polski Komitet Olimpijski oraz Business Centre Club. Podczas wieczoru wręczone zostały statuetki AMBASADOR SPORTU wszystkim polskim medalistom Igrzysk Olimpijskich - Londyn 2012, odbył się też I Charytatywny Bal Ambasadorów;

- Podczas konferencji prasowej 22 listopada 2012 r. zaprezentowano najbardziej spektakularne przedsięwzięcia, tworzące obraz nowoczesnej polskiej turystyki, objęte wsparciem finansowym ze środków unijnych z Działania 6.4 PO IG „Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym”. Beneficjentami dotacji są: administracja samorządowa i rządowa, organizacje pozarządowe, izby gospodarcze, fundacje, stowarzyszenia non-profit oraz przedsiębiorcy. Instytucją Wdrażającą jest Polska Organizacja Turystyczna. W konferencji udział wzięło ponad 50 osób: media i przedstawiciele Beneficjentów. Organizacja konferencji była współfinansowana ze środków unijnych Działania 6.4 PO IG;
- 21 grudnia 2012 roku zakończono reorganizację strony Zarabiajnaturystyce.pl.

Działania zrealizowane ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG:

- 28 lutego 2012 r. "100 dni do UEFA Euro 2012™" – konferencja jako część study tour dla dziennikarzy międzynarodowych;
- 1 marca 2012 r. - wieczór polski „Soyez les Bienvenus”w Nicei. Spotkanie zorganizowane przez POIT w Paryżu we współpracy z PLL LOT objęte zostało patronatem ministra Christiana Estrosiego. Wieczór polski zgromadził ponad 280 gości ze środowisk sportowych, turystycznych, mediów lokalnych i branży turystycznej południowej Francji;
- 8 marca 2012 r. – konferencja podczas targów ITB w Berlinie nt. stanu przygotowań Polski do UEFA EURO 2012™;
- 28 marca 2012 r. – polski wieczór filmowy «Feel Invited» zorganizowany przez POIT w Paryżu - wydarzenie w cyklu spotkań promocyjnych w ramach kampanii wizerunkowo-produktowej Polski, realizowanej na rynku francuskim;
- 14 maja 2012 r. Londyn – wydarzenie zorganizowane we współpracy z Ambasadą RP w Londynie oraz z Ambasadą Ukrainy w Londynie dla dziennikarzy i dyplomatów – turniej piłkarski, polskie stoisko; wydarzenie promujące Polskę tuż przed UEFA EURO 2012™;
- 21 maja 2012 r. konferencja "Jak wygrać Euro 2012? Kampania wizerunkowo-produktowa Polski w kontekście UEFA Euro 2012™" – prelegentami byli Adam Zaborowski, Doradca Prezesa, Pełnomocnik ds. UEFA EURO 2012, Elżbieta Wąsowicz-Zaborek;
- 23 maja 2012 r. "Niemcy się już do nas przekonali, 82% Holendrów jeszcze nie! Jak skutecznie wydawać unijne pieniądze?" - konferencja we współpracy z Ministerstwem Gospodarki nt. optymalnego wykorzystania funduszy unijnych na działania promocyjne Polski na świecie na przykładzie kampanii na 3 rynkach;
- 6-8 czerwca 2012 r. - konferencja oraz wydarzenia jej towarzyszące: spotkanie z branżą turystyczną, dni konsularne w Lyonie – wydarzenie zorganizowane zgodnie z planem działań PR na rynku francuskim;
- 29 czerwca 2012 r. odbyła się konferencja "Kampania wizerunkowa Polski przed UEFA Euro 2012™ – strzałem w dziesiątkę! Rekomendacja zadowolonych turystów najlepszym powodem do odwiedzenia Polski" – podsumowanie działań promocyjnych POT w kontekście UEFA EURO oraz prezentacja wyników badań przeprowadzonych wśród turystów zagranicznych;
- Od lipca rozpoczęła się promocja spotu Feel Invited w sieci telewizji hotelowej w Warszawie ”My Town Channel” – potrwa do października;

- 11 września 2012 r. zorganizowano konferencję dotyczącą: nowej odsłony kampanii promocyjnej Polski na rynkach zagranicznych, wyników badań nt. skuteczności kampanii oraz postępów wdrażania Polskiego Systemu Informacji Turystycznej. Wystąpiło 6 prelegentów, m.in.: Prezes POT Rafał Szmytke, Z-ca Dyrektora Biura Zarządzania Projektem Teresa Buczak oraz Dyrektor Dep. Systemów Informacyjnych Mirosław Nalazek. W konferencji wzięli udział także przedstawiciele miast i regionów (Warszawa, Kraków, Mazowsze), którzy przedstawili stan zaawansowania prac związanych z wprowadzaniem nowoczesnej technologii w placówkach informacji turystycznej. W wydarzeniu tym uczestniczyło około 120 osób;
- 20 października 2012 r. podczas konferencji prasowej z udziałem 40 dziennikarzy zaprezentowano nową linię kreacyjną kampanii promującej Polskę za granicą. Layout kampanii, nawiązujący do motywów z najbardziej znanych bajek, pojawi się w reklamach prasowych i na zewnętrznych powierzchniach reklamowych. Kampania potrwa do końca maja 2013 roku i obejmie: Wielką Brytanię, Niemcy, Francję, Belgię, Danię, Szwecję i Holandię. W II kwartale 2013 roku kampania zostanie rozszerzona na kolejne rynki: włoski, irlandzki, hiszpański, ukraiński, rosyjski i czeski;
- 11 grudnia 2012 roku odbyła się uroczystość wręczenia odznak Złote Logo Polska, przyznanych wybitnym postaciom ze świata kultury, polityki i sportu, które swoją pracą i postawą promują Polskę i wzmacniają pozytywny wizerunek naszego kraju za granicą. Wśród laureatów znaleźli się między innymi: Waldemar Pawlak - Premier RP, Elżbieta Bieńkowska - Minister Rozwoju Regionalnego, Kajetan D'Obyrn - Prezes Kopalni Soli Wieliczka SA, Urszula Dudziak - wokalistka jazzowa, Ewa Minge - projektantka mody, Leszek Możdżer - kompozytor i pianista jazzowy, Andrzej Malinowski - Prezydent Pracodawców RP i inni. Galę zorganizowaną w Teatrze Stanisławowskim w Łazienkach otworzyła Pani Katarzyna Sobierajska - Podsekretarz Stanu w MSiT. Patronat medialny nad wydarzeniem objęły: Wprost, Rzeczpospolita – Turystyka oraz RMF FM;
- Informacje nt. wszystkich wydarzeń umieszczane były na bieżąco na stronie www.promujmypolskerazem.pl.

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r.

Wymiana wiedzy i doświadczeń w obszarze turystyki między różnymi interesariuszami sektora turystyki realizowana była m.in. poprzez: podpisanie 16 porozumień o współpracy ze wszystkimi Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi, publikację *Marketingowej Strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020* oraz wydawnictwa na temat działań POT *Działania w latach 2010-2011*. Podczas Targów TT Warsaw zorganizowano polskie stoisko o powierzchni 100 m² z udziałem 14 Regionalnych Organizacji Turystycznych, jako podwystawców. W okresie sprawozdawczym z inicjatywy POT organizowane były warsztaty i spotkania branżowe oraz liczne konferencje i wydarzenia promocyjne dla branży, dziennikarzy, środowisk opiniotwórczych.

2. Opis realizacji działania: 6.4.1.2. Współpraca międzynarodowa

Na realizację działania w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano kwotę **1 254 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **1 099 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **155 tys. zł**

Cel: Pozyskiwanie i wymiana wiedzy oraz doświadczeń poprzez aktywne członkostwo w organizacjach międzynarodowych, grupach roboczych i bilateralnych

Mierniki realizacji celu:

| | Wartość planowana w 2012 r. | Wartość osiągnięta od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. |
|---|-----------------------------|--|
| Liczba spotkań, w których uczestniczył przedstawiciel POT | 14 | 14 |

Działanie było realizowane poprzez Poddziałania:

6.4.1.2.1 *Udział w pracach i spotkaniach organizacji międzynarodowych*

- Kontynuacja członkostwa Poland Convention Bureaux (PCB) w międzynarodowych stowarzyszeniach: ICCA, SITE oraz Union of International Association;
- 8-11 lutego 2012 r. – udział przedstawiciela POT w posiedzeniu grupy roboczej dyrektorów ds. badań ETC Market Intelligence Group;
- 22-23 lutego 2012 r. – udział przedstawiciela POT w posiedzeniu zarządu Baltic Tourism Commission w Sztokholmie;
- Udział przedstawiciela POT w zgromadzeniu ogólnym ETC oraz spotkaniu roboczym dotyczącym funkcjonowania organizacji;
- Udział przedstawiciela POT w posiedzeniu zarządu BTC;
- W lipcu i sierpniu - udział przedstawiciela Poland Convention Bureau w MPI World Educational Congress oraz w ICCA oraz Central European Chapter Meeting;
- 12-17 września 2012 r. - udział w SITE International Conference. Celem konferencji jest podnoszenie kwalifikacji podczas sesji edukacyjnych oraz nawiązywanie nowych kontaktów biznesowych;
- 5-7 września 2012 r. w Gdańsku – udział w spotkaniu roboczym przedstawicieli Grupy V4;
- Udział przedstawicieli POT w odbywającym się we wrześniu w Wiedniu seminarium ETC nt. wskaźników efektywności w turystyce;
- W dniach 3-5 października 2012 r. przedstawiciel POT wziął udział w Zgromadzeniu Generalnym ETC w Madrycie;

- 20-24 października 2012 r. udział w ICCA Congress&Exhibition, w tegorocznym kongresie stowarzyszenia udział wzięło ponad 800 członków z całego świata;
- Uczestnictwo w odbywającym się na Islandii 11th. Global Forum on Tourism Statistics w dniach 14-16 listopada 2012 roku;
- W dniach 3-5 grudnia 2012 r. odbyło się spotkanie robocze przedstawicieli narodowych organizacji krajów Grupy Wyszehradzkiej, na którym określono zakres współpracy na 2013 r. – dokonano wyboru rynków i określono plan marketingowy. Podpisanie protokołu wyznaczono na marzec 2013 r.

6.4.1.2.2 Udział w kongresach i konferencjach

- 21–26 stycznia 2012 r. - udział przedstawiciela PCB w seminarium dla branży przemysłu spotkań IAPCO;
- 13–16 czerwca 2012 r. – udział przedstawicieli w konferencji szkoleniowej ICCA Research, Sales and Marketing Program;
- 18–20 czerwca 2012 r. – udział przedstawiciela PCB w konferencji SITE EMEA Forum.

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r.

Aktywne członkostwo w organizacjach międzynarodowych oraz pozyskiwanie i wymiana wiedzy realizowane było poprzez czynny udział przedstawicieli POT w 14 spotkaniach organizacji międzynarodowych oraz udział w kongresach i konferencjach branżowych.

II. Opis realizacji podzadania: 6.4.2. Wsparcie produktów turystycznych

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano kwotę **11 930 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **2 984 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **8 586 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **360 tys. zł**

Celem podzadania jest: Zwiększenie konkurencyjności polskiego produktu turystycznego

Mierniki realizacji celu:

| | Wartość planowana w 2012 r. | Wartość osiągnięta od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. |
|----------------------------------|------------------------------------|---|
| Liczba certyfikowanych produktów | 132 | 139 ¹⁾ |

¹⁾ Wartość miernika została przekroczona w wyniku weryfikacji listy istniejących i funkcjonujących produktów. Celem weryfikacji było sprawdzenie w jakim zakresie poszczególne produkty turystyczne funkcjonują i jaki jest

ich obecny status. W ramach tego działania okazało się, iż liczba produktów turystycznych uhonorowanych certyfikatem, które ograniczyły swoją działalność lub których status można uznać za zamknięty, jest mniejsza niż szacowana. Wynik został zinterpretowany jako potwierdzenie, że certyfikacja produktów turystycznych jest ważnym elementem budowania jakości i trwałości w tym zakresie.

Cel ma zostać zrealizowany przez:

- Promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych

Opis realizacji działania: 6.4.2.1. Promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych

Na realizację działania w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano kwotę **11 930 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **2 984 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **8 586 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **360 tys. zł**

Cel: Podnoszenie jakości produktu turystycznego poprzez współzawodnictwo na poziomie krajowym i regionalnym

Mierniki realizacji celu:

| | Wartość planowana w 2012 r. | Wartość osiągnięta od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. |
|--|------------------------------------|---|
| Liczba produktów turystycznych zgłoszonych do konkursu | 10 | 45 ² |

²⁾ Tak znaczący wzrost liczby zgłoszonych do konkursu produktów turystycznych jest równoznaczny ze wzrostem prestiżu i rozpoznawalności programu najlepszych produktów turystycznych. Należy uznać to za sukces. Oznacza to, iż jakość jako przewaga konkurencyjna zaczyna być postrzegana jako znaczący czynnik przez gestorów atrakcji turystycznych i same regiony. Po analizie mierników przeprowadzonej w roku 2012, miernik ten został zastąpiony przez inny, lepiej oddający specyfikę działań.

Działanie było realizowane poprzez Poddziałania:

6.4.2.1.1 Promocja produktów turystycznych

- 21-23 lutego 2012 r. - organizacja warsztatów branżowych w ramach współpracy POT-DZT (w ramach projektu „Kraina Odry”) w Szczecinie i Wrocławiu, z udziałem 11 przedstawicieli branży turystycznej z 4 polskich regionów i 10 przedstawicieli niemieckiej branży turystycznej. Udział około 100 podmiotów odwiedzających;
- W lutym i marcu 2012 r. - przeprowadzenie akcji promocyjnych na terenie miast i terenach targowych podczas największych targów turystycznych w Polsce w: Łodzi, Wrocławiu, Katowicach, 3 wystąpienia przedstawili POT, ok. 20 000 odbiorców, dystrybucja materiałów promocyjnych;

- 23-25 marca 2012 r. - współorganizacja Forum Podziemnych Tras Polski, z udziałem przedstawicieli ok. 30 tras w Polsce - uzgodnienie wspólnych działań w zakresie promocji produktu;
- W kwietniu i maju 2012 r. – akcje promocyjne z wykorzystaniem obrandowanego autokaru na terenie miast i terenach targowych podczas największych targów turystycznych w Polsce: Gdańsku, Kielcach, Szczecinie i Opolu;
- 19-20 maja 2012 r. współorganizacja Święta Wisły w Warszawie, wspólnie z 9 podwystawcami;
- Produkcja i emisja odcinków w TVP 1 pt. „Nie ma jak Polska” – pierwszy odcinek realizowany wspólnie z Mazowiecką Regionalną Organizacją Turystyczną. W październiku 2012 roku wyemitowano cztery nowe odcinki serialu (opolskie, świętokrzyskie, Wielkopolska, Szlak Orlich Gniazd);
- Artykuł w magazynie Exclusiv nt. Festiwalu Woodstock – laureata Złotego Certyfikatu Polskiej Organizacji Turystycznej;
- Działania outdoorowe promujące targi Agrotravel i Agroturystykę (m.in. 10 billboardów na terenie województwa mazowieckiego);
- Podczas trwania Turnieju UEFA EURO 2012 Polska Organizacja Turystyczna była obecna (stoiska z materiałami promocyjnymi, filmy, konkursy) na terenie miasteczek dla kibiców Carlsberg Fun Camp w czterech miastach-gospodarzach. POT patronowała także organizacji FAN CITY TOUR 2012 (mobilne strefy kibica) w polskich miastach i miasteczkach, gdzie zostało zorganizowanych ok. 100 imprez. Materiały promocyjne były dystrybuowane na stadionach, w strefach kibiców, Fan Campach, dworcach, lotniskach, punktach i centrach IT;
- W ramach współpracy ze Stowarzyszeniem Podziemne Trasy Turystyczne Polski wydano w lipcu katalog „Podziemne trasy turystyczne Polski” w nakładzie 3000 egzemplarzy;
- 26 września 2012r. podpisano umowę ze Stowarzyszeniem Polskie Stacje Narciarskie i Turystyczne (PSNiT) obejmującą: przygotowanie aplikacji dla użytkowników smartphon'ów umożliwiającej pobranie aplikacji do strony komunikatu narciarskiego (www.skiraport.pl) oraz wykonanie Kodeksu Narciarskiego dla dzieci, w ramach kampanii BEZPIECZNY STOK (BS). W grudniu 2012 r. wykonanie aplikacji i Kodeksu zostało ukończone; aplikacja jest dostępna na stronie internetowej POT i PSNiT, Kodeks Narciarski dla dzieci ma być dostępny na stronie każdego ośrodka narciarskiego należącego do PSNiT oraz na stronie kampanii BS;
- Zainaugurowany w maju Konkurs na „Najlepsze Produkty Turystyczne – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej” został rozstrzygnięty 13 września 2012 r. Do konkursu na Certyfikat POT zgłoszone zostały 43 produkty turystyczne - przyznano 10 Certyfikatów POT oraz 3 wyróżnienia. Spośród 8 kandydatur zgłoszonych do Złotego Certyfikatu Kapituła Konkursu wybrała Szlak Orlich Gniazd, któremu to produktowi przyznano Złoty Certyfikat. Uroczyste zakończenie konkursu i wręczenie Certyfikatów odbyło się podczas gali zorganizowanej wspólnie przez MSiT oraz MT Polska w dniu 27 września 2012 r., w Arkadach Kubickiego na Zamku Królewskim w Warszawie;
- 9 listopada 2012 r. podpisano umowę o przyznanie dotacji na działania w ramach projektu EDEN;

- W IV kwartale 2012 r. zaktualizowano oprogramowanie oraz treści na portalu www.polskapodajdalej.pl oraz przeprowadzono szkolenie z marketingu i promocji za pośrednictwem Internetu dla reprezentantów certyfikowanych produktów turystycznych;
- 25 października 2012 r., podczas Targów Tour Salon w Poznaniu, miał miejsce dzień ekspercki Polskiej Organizacji Turystycznej. Przedstawiciele POT przeprowadzili trzy tematyczne prezentacje dotyczące: rynku rosyjskiego, rynku ukraińskiego oraz nowej odsłony kampanii promocyjnej Polski. Odbyły się także dwie tury warsztatów branżowych nt. produktu turystycznego spa/wellness i uzdrowiska;
- W dniach 16-18 listopada (Stadion Narodowy w Warszawie) oraz 6-12 grudnia (CH Panorama) zaprezentowano Wystawę certyfikowanych przez POT produktów turystycznych.

Działania zrealizowane ze środków europejskich w ramach Działania V.1 PO RPW:

- W kampanii „Piękny Wschód” realizowanej w ramach projektu „Promocja zrównoważonego rozwoju turystyki” w I kwartale 2012 r. kontynuowano działania promocyjne w Internecie: kampanie na wyszukiwarkach Google na rynkach niemieckim i ukraińskim, emisję kolejnych odcinków serialu internetowego oraz w marcu – kampanię odsłonową reklam Pięknego Wschodu. W styczniu prowadzono działania outdoor (ok. 300 tablic). W styczniu i marcu emitowano spoty telewizyjne (Dzik, Zając) a w lutym – dwie reklamy i opowiadanie w prasie o krajowym zasięgu. Na potrzeby prowadzenia kampanii wydrukowano wydawnictwo promujące atrakcje turystyczne wschodniej Polski (nakład 6250 egzemplarzy), w dwóch wersjach językowych: polsko-niemieckiej i polsko-ukraińskiej.
- W II kwartale kontynuowano emisję spotu telewizyjnego (Zając), spotów i audycji radiowych oraz reklam i insertu w czasopiśmie. Prowadzono nadal kampanię odsłonową w Internecie (m.in. Onet, Interia, Google, Rozkład-PKP itd.), także na portalach niemieckich i ukraińskich. Emitowano kolejne odcinki serialu internetowego. Kontynuowano kampanię outdoor z wykorzystaniem 520 nośników w miastach „Pięknego Wschodu” oraz województwach ościennych, a także po 30 nośników przy przejściach granicznych z Niemcami i Ukrainą. W maju na terenie województwa warmińsko-mazurskiego odbył się rajd rowerowy (Dwubój Flisacki) oraz konferencja prasowa poświęcona Kampanii Piękny Wschód; 12-13 kwietnia 2012 r. w Lublinie miało miejsce kolejne posiedzenie Zespołu Konsultacyjnego ds. projektu oraz panel dyskusyjny dla branży turystycznej z regionu; 1 czerwca 2012 r. odbyła się konferencja "Kampania Piękny Wschód odkrywa i promuje wschodnie regiony Polski" – prezentacja podsumowująca dotychczasowe działania w ramach kampanii, skierowana do branży turystycznej, mediów oraz administracji samorządowej.
- W III kwartale prowadzona była kampania odsłonowa w Internecie (liczba odsłon 1 835 490 w kampanii na rynku polskim), zaprezentowano 20 odcinków serialu internetowego oraz filmów viralowych w Internecie (wersja polska, ukraińska i niemiecka). Serwis internetowy www.pieknywschod.pl, w odświeżonej szacie graficznej i przy rozszerzonych funkcjonalnościach, uzyskał w III kwartale wynik 27 812 wejść unikalnych użytkowników. Wyemitowano wersję „letnią” spotu radiowego (wskaźnik gross impression - w grupie wiekowej 15+ wyniósł 82 502 568 osobokontaktów). We wrześniu zorganizowano w trzech województwach wschodniej

Polski (podkarpackie, podlaskie i świętokrzyskie) panele dyskusyjne dla przedstawicieli branży turystycznej – wzięło w nich udział około 80 uczestników;

- 19 września 2012 roku w Atrium Centrum w Warszawie odbyła się konferencja prasowa, podczas której zaprezentowano wyniki badań skuteczności kampanii „Piękny Wschód” oraz podsumowano realizację całego Projektu. Wzięły w niej udział 54 osoby. Bezpośrednio przed konferencją odbyło się ostatnie już posiedzenie Zespołu Konsultacyjnego w Warszawie.

6.4.2.1.2 Wspieranie rozwoju produktów turystyki wypoczynkowej

Działania zrealizowane ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG:

- Zgodnie z rozstrzygnięciem w czerwcu br. postępowania na zorganizowanie i przeprowadzenie cyklu szkoleń marketingowych dla Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych, miejskich convention bureaus, administracji publicznej wszystkich szczebli (rządowej i samorządowej) oraz organizacji i stowarzyszeń turystycznych w latach 2012/2013, rozpoczęto w sierpniu cykl szkoleń (jako kontynuację dotychczas realizowanego projektu). Organizacją szkoleń zajmuje się konsorcjum Ecorys Polska Sp.z o.o. i Inspiros – Jarosław Marciuk;
- W ramach podprojektu Szkolenia w komponencie C Projektu „Promujmy Polskę Razem” w 2012 r. przeprowadzono 38 dwudniowych szkoleń regionalnych oraz 1 jednodniowe szkolenie centralne dla przedstawicieli: Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych, miejskich convention bureaus, administracji publicznej wszystkich szczebli (rządowej i samorządowej) oraz organizacji i stowarzyszeń turystycznych. W szkoleniach regionalnych w 2012 roku udział wzięło łącznie 766 osób;
- W dniu 18 września 2012 r. odbyła się II Centralna Konferencja - szkolenie pt. „Komercjalizacja polskiego produktu turystycznego na przykładzie wybranych rynków zagranicznych – doświadczenia i wskazania”. Prelegentami byli przedstawiciele branży oraz innych organizacji turystycznych z: Niemiec, Włoch, Szwecji i Rosji. W konferencji udział wzięło 81 uczestników – przedstawicieli administracji i branży turystycznej z całej Polski;
- Do końca 2012 r. z platformy e-learningowej skorzystało już ponad 2 600 użytkowników krajowych i zagranicznych. Platforma e-learningowa POT, składa się z bloku krajowego (cykl szkoleń z zakresu marketingu) oraz bloku zagranicznego (szkolenia nt. atrakcyjności turystycznej Polski); dostępna jest w języku polskim, angielskim, francuskim i niemieckim;
- W 2012 roku zrealizowana została umowa na dostarczenie do certyfikowanych centrów turystycznych sprzętu komputerowego na potrzeby obsługi turystów; w kwietniu 93 komputery dostarczono do placówek Informacji Turystycznej.

6.4.2.1.3 Wspieranie rozwoju produktów przemysłu spotkań

- 13 marca 2012 r. - wybór Kapituły Programu Ambasadorów Kongresów Polskich (AKP) na lata 2012 – 2015 (17 osób);

- 2 września 2012 r. miało miejsce posiedzenie Kapituły Programu Ambasadorów Kongresów Polskich. W posiedzeniu Kapituły udział wzięło 17 członków. W wyniku głosowania 13 osób dołączyło do grona Honorowych Ambasadorów Kongresów Polskich;
- 15 listopada 2012 roku zorganizowano Galę Ambasadorów Kongresów Polskich na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. W gali udział wzięło 100 przedstawicieli branży przemysłu spotkań, środowisk akademickich oraz mediów. W 2012 roku do programu AKP dołączyło 13 Honorowych Ambasadorów.

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r.

Wspieranie rozwoju produktów turystycznych oraz podnoszenie jakości i promocja produktów realizowane były m.in. poprzez współpracę POT z DZT w ramach projektu „Kraina Odry” (wspólne warsztaty dla branży polskiej i niemieckiej), podpisanie umowy w projekcie EDEN, przekazanie 93 komputerów do certyfikowanych centrów turystycznych, przeprowadzenie 38 dwudniowych szkoleń dla 766 osób, szkolenia e-learning, z których skorzystało ok 2600 użytkowników. W okresie sprawozdawczym najlepszym produktem turystycznym w 2012 roku przyznano 1 Złoty Certyfikat oraz 10 Certyfikatów Polskiej Organizacji Turystycznej.

W ramach kampanii „Piękny Wschód” wspierano rozwój produktów turystycznych z pięciu wschodnich województw Polski poprzez prowadzenie ciągłych działań promocyjnych w mediach tradycyjnych, outdoorze i internecie, wydawnictwo w dwóch wersjach językowych: polsko-niemieckiej i polsko-ukraińskiej oraz konferencje podsumowujące działania w ramach kampanii, skierowane do branży turystycznej, mediów i przedstawicieli administracji samorządowej.

III. Opis realizacji podzadania: 6.4.3. Tworzenie i wspieranie systemu marketingu w turystyce

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano kwotę **78 303 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **34 157 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **43 204 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **942 tys. zł**

Celem podzadania jest: Zwiększenie dostępności informacji o turystycznej atrakcyjności Polski

Mierniki realizacji celu:

| | Wartość planowana w 2012 r. | Wartość osiągnięta od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. |
|--|-----------------------------|--|
| Liczba odbiorców przekazu marketingowego w danym roku do roku bazowego (%) | 102,5 | 102,7 |

Cel jest realizowany przez działania:

- Planowanie i prowadzenie działań marketingowych
- Prowadzenie badań marketingowych w turystyce
- Utrzymanie i rozbudowa narodowego portalu turystycznego jako elementu Zintegrowanego Systemu Informacji Turystycznej

1. Opis realizacji działania: 6.4.3.1. Planowanie i prowadzenie działań marketingowych

Na realizację działania w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano kwotę **65 611 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **32 907 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **31 764 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **941 tys. zł**

Cel: Zwiększenie efektywności działań marketingowych

Mierniki realizacji celu:

| | Wartość planowana w 2012 r. | Wartość osiągnięta od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. |
|---|-----------------------------|--|
| Ekwiwalent publikacji prasowych i audycji radiowych oraz telewizyjnych, które powstały w wyniku działań POT (w mln EUR) | 46 | 63 ³ |

³⁾ Znaczące przekroczenie miernika wynika z efektu medialnego jakim było wydarzenie Turniej Finałowy Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012™. Szerokie spektrum mediów chętnie publikowało informacje o Polsce jako celu podróży w wyniku działań podejmowanych przez POT. Bardzo wysokie zasięgi zostały osiągnięte między innymi dzięki medium jakim jest telewizja i emisji materiałów o Polsce. Po analizie mierników, przeprowadzonej wraz z MSiT w roku 2012, miernik ten został zmieniony na inny, lepiej obrazujący realizację przyjętych celów.

Działanie było realizowane poprzez Poddziałania:

6.4.3.1.1 Kampanie i zadania promocyjne w turystyce na rynkach zagranicznych

- 52 podróże studyjne z różnych rynków, m.in.: austriackiego, fińskiego, duńskiego, chińskiego, japońskiego, rosyjskiego, portugalskiego, hiszpańskiego, holenderskiego, ukraińskiego, indyjskiego dla 165 dziennikarzy oraz 133 touroperatorów i przedstawicieli środowisk opiniotwórczych;

- Organizacja narodowych stoisk na 9 międzynarodowych imprezach targowych: CMT w Stuttgarcie, Fitur w Madrycie, Reisen w Hamburgu, Salon de Vacances w Brukseli, MITT w Moskwie, ITB w Berlinie, WTM w Londynie, IMEX we Frankfurcie, EIBTM w Barcelonie;
- W ramach działań związanych z organizacją Turnieju EURO 2012 przedstawiciel POT uczestniczył w naradzie organizowanej w Ministerstwie Spraw Zagranicznych (9-10 lutego 2012 r.), w pracach polsko-ukraińskiej grupy roboczej (16 lutego 2012 r.) oraz w konferencji otwierającej kampanię Carlsberg FanCamp (27 lutego 2012 r.). W II kwartale organizowane były konferencje tematyczne EURO 2012, imprezy promocyjne, wystawy i prezentacje, m.in. w Amsterdamie, Paryżu, Lyonie, Wiedniu;
- 20 kwietnia 2012 r.- spotkanie parlamentarzystów z krajów Unii Europejskiej na Stadionie Narodowym w Warszawie (ok. 300 osób). Podczas spotkania Prezes Rafał Szmytke zaprosił gości do przyjazdu do Polski na Turniej EURO 2012, prezentowano filmy i spoty promujące Polskę, dostępne były materiały promocyjne o polskich atrakcjach turystycznych. Atrakcją spotkania był pokaz artystyczny żonglerki piłkarskiej „freestyle”;
- 28 maja 2012 r. na rzymskim stadionie Cecchignola odbył się charytatywny mecz włoskich i polskich parlamentarzystów na rzecz fundacji „Mam Marzenie”. Organizatorami wydarzenia były Ambasada RP i POIT w Rzymie. W konferencji prasowej kończącej wydarzenie wzięli udział Premier Donald Tusk, Zbigniew Boniek oraz włoski Minister Sportu Piero Gnudi. Wśród mediów obecnych na konferencji była włoska telewizja RAI, TG5, radio RAI, TVP, TVN;
- 30 maja 2012 r. – w Brukseli odbył się turniej piłkarski z udziałem 17 drużyn. Turniej otworzył Przewodniczący Parlamentu Europejskiego Martin Schulz. W oficjalnej ceremonii wzięli udział Minister Sportu i Turystyki J. Mucha, unijni komisarze – J. Lewandowski oraz A. Vassiliou, przewodniczący Parlamentu Europejskiego M. Schulz, a także były przewodniczący PE J. Buzek. Zaprezentowano filmy promocyjne Polskiej Organizacji Turystycznej, w tym film T. Bagińskiego promujący UEFA EURO 2012TM w Polsce. Odbyła się również promocja polskiej kuchni;
- W dniach 28 maja – 1 czerwca 2012 r. odbyła się IV edycja Forum Polsko-Ukraińskiego. Współorganizatorami imprezy byli: Urząd Miasta Krakowa, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego oraz Małopolska Organizacja Turystyczna. W trakcie pobytu trzydziestoosobowa grupa touroperatorów zwiedziła tereny Małopolski. 31 maja 2012 r. w Krakowie odbyły się warsztaty z polską branżą turystyczną, w których udział wzięło 55 przedstawicieli biur podróży i hoteli. Wśród oficjalnych gości byli: Pani Katarzyna Sobierajska – Podsekretarz Stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki oraz Marszałek woj. małopolskiego – Pan Marek Sowa;
- 28 września 2012 roku, podczas Targów TT Warsaw, zorganizowano I Polsko-Chińskie Forum Turystyczne. W workshope wzięło udział 14 przedstawicieli chińskich biur podróży oraz 35 reprezentantów polskiej branży turystycznej;
- W dniach 2-6 listopada 2012 odbyła się IX edycja Polsko-Rosyjskiego Forum Turystycznego pod honorowym patronatem Marszałka województwa warmińsko-mazurskiego Pana Jacka Protasa. Tegoroczna edycja Forum była poświęcona promocji walorów turystycznych Warmii i Mazur, w szczególności obiektów uzdrowiskowych i SPA. Udział w wydarzeniu wzięło ponad 60 touroperatorów z całej Rosji oraz 7 dziennikarzy. W workshope, który odbył się 5 listopada uczestniczyła rekordowa liczba przedstawicieli z Polski, ponad 120 firm;

- W dniach 5-8 listopada 2012 roku podczas Targów WTM w Londynie Polska Organizacja Turystyczna wystawiła Polskie Stoisko Narodowe (390 m² powierzchni), z udziałem 5 Regionalnych Organizacji Turystycznych oraz 12 firm turystycznych;
- W ramach współpracy Grupy Wyszehradzkiej i działań na rynkach poza POIT - w lutym i marcu 2012 r. - prezentacja działań POT i promocja polskich produktów turystycznych na rynkach: chińskim, indyjskim i brazylijskim w ramach działań grupy V4 (warsztaty branżowe, stoiska targowe) oraz podczas imprezy promocyjnej dla chińskich touroperatorów zorganizowanej przez PLL LOT i POT w Ambasadzie RP w Pekinie. Na rynku chińskim w kwietniu i maju 2012 r. przeprowadzono 3 prezentacje nt. miast -gospodarzy EURO 2012 dla dziennikarzy w Pekinie. 11 maja br. przedstawiciel POT wziął udział w konferencji w Szanghaju Outbound Tourism Forum 2012 and Travel Risk Management Forum 2012. W ramach współpracy V4 zorganizowano dwa roadshow w chińskich miastach: Beijing, Shanghai, Chengdu, Chongching, Kanton oraz indyjskich: Bombaj, Delhi, Chennai, Bangalore. W III kwartale przyjęto cztery grupy dziennikarzy i touroperatorów z Tajwanu, Indii i USA (podróże studyjne), przeprowadzono serię warsztatów z udziałem polskiej branży turystycznej w Rosji (Tula-Kaluga-Ryazan), prowadzono działania na rynku amerykańskim, m.in. udział w targach ASTA (Los Angeles) w USA, e-learning, materiały promocyjne. Przedstawiciel POT brał udział w targach IITM w Bangalore i Chennai. W IV kwartale na rynku chińskim przeprowadzono Roadshow w 5 miastach, a także przedstawiciel POT wziął udział w Targach ITB Asia w Singapurze. W Indiach od października do grudnia prowadzona była kampania reklamowa w prasie branżowej i konsumenckiej. 20 listopada 2012 roku, w Pradze przedstawiciel POT zaprezentował mediom i przedstawicielom czeskiej branży turystycznej plany kampanii promocyjnej Polski na tym rynku. Na rynkach chińskim i indyjskim prowadzony był stały monitoring prasy codziennej, branżowej, mediów elektronicznych oraz działań podejmowanych przez konkurencyjne Narodowe Organizacje Turystyczne. Na bieżąco przez cały 2012 rok aktualizowano treści na stronach chińsko-, hebrajsko- i czeskojęzycznej: www.bolan.travel/zh, www.polin.travel/he i www.polsko.travel/cz;
- Wydanie publikacji „Polska. Miasta Euro” w nakładzie 33.000 egzemplarzy;
- Zakupienie Polskiej Mapy Campingów w nakładzie 5000 egzemplarzy;
- Opracowanie graficzne i druk plakatów na XXX Igrzyska Olimpijskie w Londynie;
- W IV kwartale 2012 roku wydane zostały: „Największe Atrakcje Turystyczne Polski”, „Parki Narodowe w Polsce”, „Polska – Miasta i dziedzictwo kulturowe”, „Polska”, „Kuchnia Polska”, „Polskie obiekty UNESCO”, „Polska – Po zdrowie i urodę”, Mapa turystyczna Polski w kilku wersjach językowych oraz w języku polskim - plakat i karta pocztowa – 50 lat „IT” w Polsce.

Działania zrealizowane ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG:

- 82 podróże studyjne w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem” dla 191 dziennikarzy oraz 175 touroperatorów, laureatów konkursów i przedstawicieli środowisk opiniotwórczych;
- W 2012 r. kampania wizerunkowo-produktowa w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem” na rynkach: niemieckim, brytyjskim i francuskim kontynuowana była poprzez outdoor oraz działania w prasie i Internecie. W II kwartale 2012 roku rozszerzono kampanię o rynki: duński, holenderski, belgijski i szwedzki.

W I kwartale w Internecie emitowane były cztery filmy produktowe: „Turystyka biznesowa w Polsce”, „Turystyka aktywna w Polsce”, „Turystyka w obszarach naturalnego środowiska” i „City breaks”. Kontynuowana była kampania display na portalach turystycznych i informacyjnych. Od 23 stycznia br. emitowana była przez 6 tygodni edukacyjna gra internetowa „Polska – feel invited”; grze towarzyszył konkurs pod taką samą nazwą. Reklamy produktowe emitowane były w prasie: na rynku brytyjskim - w 16 tytułach, na rynku francuskim – w 5 tytułach oraz na rynku niemieckim – w 7 tytułach prasowych o ogólnokrajowym zasięgu.

W działaniach prowadzonych na rynkach kampanii za pośrednictwem outdooru promowano w I kwartale br. m.in.: miasta - Kraków, Wrocław, Gdańsk oraz turystykę kulturową i aktywną. Dodatkowo, na rynku niemieckim, przy okazji targów ITB zintensyfikowano działania w outdoorze, wykorzystując w celu promocji Polski najbardziej atrakcyjne i największe nośniki w stolicy Niemiec. Na 100 dni przed EURO nastąpiło natężenie przekazu promocyjnego pod hasłem: „UEFA EURO 2012 - to tylko powód, żeby zobaczyć Polskę”.

W II kwartale dokonano zakupu czasu emisji w telewizjach CNN i EUROSPORT. Spot „Feel – invited” emitowano w maju i czerwcu w telewizji Eurosport. Na rynku duńskim w pierwszych dniach maja zorganizowano stoisko informacyjne pod nazwą „Futbol to tylko pretekst, żeby zobaczyć Polskę”, prowadzono równolegle kampanię outdoor. Na kopenhaskim lotnisku Kastrup wybudowano specjalną wioskę UEFA EURO 2012, gdzie można było zapoznać się z historią Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej, zagrać w piłkarzyki, zrobić wirtualne zdjęcie na tle wybranego stadionu lub atrakcji Miasta Gospodarza UEFA EURO 2012, itp. Podczas 5-dniowej imprezy wioskę odwiedziło ponad 20.000 osób. Od czerwca br. rozpoczęła się kampania display na rynkach: duńskim, belgijskim, szwedzkim, holenderskim oraz kontynuacja na rynkach niemieckim, brytyjskim i francuskim. Kreacja banerów display także dotyczyła tematu „Futbol to tylko pretekst, żeby zobaczyć Polskę”. W Belgii (tramwaje i autobusy) i Szwecji (metro i autobusy) miała miejsce kampania outdoor, także w kreacji „Futbol to tylko pretekst żeby zobaczyć Polskę”.

W III kwartale kontynuowana była kampania outdoor, i tak np. na rynku belgijskim promowano Tatry i Kraków, na rynku szwedzkim – promowano Gdańsk (reklama w metrze, 125 paneli na peronach, 245 paneli przy schodach ruchomych) i w autobusach (1 060 paneli). Do końca III kwartału zrealizowano 93 emisje spotu „Feel –invited” w kanale Eurosport i 32 w kanale Eurosport 2 oraz 222 emisje w CNN. Spot emitowany był także w telewizji STER na rynku holenderskim (zasięg 11 109 756 odbiorców). Pod koniec Mistrzostw UEFA EURO 2012 zamieszczono reklamę w Internecie , na stronie POIT Londyn – „Dziękujemy za wspólne kibicowanie. Nie widziałeś wszystkiego – wróć!”. Taki sam przekaz miała reklama zamieszczona na stronach wszystkich POIT zaraz po zakończeniu Mistrzostw. Dodatkowo POIT Berlin – zamieścił reklamę outdoor z tym samym przesłaniem na trzech dworcach kolejowych w Berlinie. Akcja zachęcająca do ponownego przyjazdu do Polski prowadzona jest na wszystkich rynkach POIT. Kampania display kontynuowana była do końca 2012 roku.

W IV kwartale, wykorzystując zainteresowanie wyborami prezydenckimi w USA, zdecydowano o wykorzystaniu tego wydarzenia jako kotwicy medialnej i jesienią , od 15 października do 9 grudnia 2012 r., w kanałach CNN oraz BBC emitowano dodatkowo spot „Polska – Feel Invited”.

W listopadzie podczas targów WTM w Londynie zamieszczono reklamy OOH w wybranych punktach Londynu – na placu Piccadilly, na wybranych stacjach metra oraz na lotnisku Luton. Zaprezentowano produkty z obszarów turystyki aktywnej (turystyka rowerowa, golf) i specjalistycznej (Spa i wellness) oraz kulturowej (Gdańsk);

- 18 października 2012 roku w Paryżu odbył się wieczór polski - Soyez les Bienvenus. Podczas konferencji dla 85 osób, przedstawiciele touroperatorów, agentów biur podróży, branża, biznesu turystycznego oraz przedstawiciele polskich touroperatorów zaprezentowano nowe kierunki promocji Polski i polskie produkty turystyczne, które zgodnie ze strategią marketingową POT, będą eksponowane w nowej odsłonie kampanii;
- 22 listopada 2012 roku w Berlinie, podczas galowego spotkania z przedstawicielami wiodących mediów niemieckich oraz niemiecką branżą turystyczną, przypomniano działania kampanii prowadzone na tym rynku oraz zaprezentowano nowe kierunki i obszary promocji Polski w Niemczech.

6.4.3.1.2 Kampanie i zadania promocyjne w przemyśle spotkań na rynkach zagranicznych

- Organizacja dwóch wizyt studyjnych dla zagranicznych organizatorów spotkań (27–29 lutego oraz 13–16 marca 2012 r.): wizyta dla przedstawicieli stowarzyszenia ABTA oraz dla francuskiej dziennikarki magazynu MEET&TRAVEL MAG - wydanie dossier nt. Polski o wartości 50 000 Euro;
- Organizacja prezentacji w Brukseli dla ponad 50 meeting plannerów, w czerwcu 2012 r. W prezentacji udział wzięło Gdańsk Convention Bureau oraz rekomendowany organizator konferencji i kongresów Teja Tur;
- W lipcu i wrześniu - organizacja dwóch wizyt studyjnych dla zagranicznych organizatorów spotkań: Financial Gates GmbH z Niemiec oraz Selected Incoming z Węgier celem przedstawienia zaplecza konferencyjnego i możliwości zorganizowania konferencji w Warszawie;
- W październiku odbyła się gala na zakończenie konkursu Meetings Industry Marketing Award, dla 80 przedstawicieli branży. Nagrodę za najlepszą reklamową kampanię prasową na rynku brytyjskim otrzymało PCB POT;
- W dniach 9-10 października 2012 roku - udział w międzynarodowych targach przemysłu spotkań IMEX America;
- W dniach 27-29 listopada 2012 roku na targach przemysłu kongresowego EIBTM w Barcelonie wystawiono Polskie Stoisko Narodowe (100 m² powierzchni), z udziałem 13 podwystawców branżowych. W trakcie trwania imprezy przeprowadzono 10 prezentacji grupowych i umówiono 60 spotkań indywidualnych;
- 20 listopada 2012 roku odbyła się prezentacja Roadshow dla organizatorów spotkań z brytyjskiego rynku przedstawiająca polski przemysł spotkań. W wydarzeniu tym udział wzięło 30 organizatorów. Do wspólnej prezentacji PCB POT zaprosiło 6 partnerów;
- 13 grudnia 2012 roku odbyło się spotkanie z polską branżą przemysłu spotkań (25 przedstawicieli), w tym rekomendowanych organizatorów, stowarzyszeń oraz mediów;

- 17 grudnia 2012 roku - prezentacja Roadshow dla organizatorów spotkań z belgijskiego rynku przedstawiająca polski przemysł spotkań. W wydarzeniu tym udział wzięło 80 organizatorów. Do wspólnej prezentacji PCB POT zaprosiło dwóch partnerów.

Działania zrealizowane ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG:

- Udział w targach branżowych IMEX we Frankfurcie w dniach 22 – 24 maja 2012 r. Przeprowadzenie szerokiej kampanii promocyjnej na terenie Targów;
- Organizacja dwóch wydarzeń Fam Trip dla organizatorów spotkań z rynków priorytetowych w Katowicach (12 – 15 kwietnia), Gdańsku i regionie (10 – 13 maja) oraz w woj. kujawsko pomorskim (1 – 4 czerwca). W wydarzeniach udział wzięło 24 zagranicznych przedstawicieli branży;
- W dniach 6-9 grudnia 2012 roku odbyła się podróż studyjna dla 8 przedstawicieli branży przemysłu spotkań z rynków priorytetowych. FAM TRIP zorganizowano przy współpracy z Hotelem Marriott.

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r.

Działania marketingowe realizowane były m.in. poprzez organizację w okresie sprawozdawczym 134 podróży studyjnych (w tym: 82 w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem”) dla łącznie 664 uczestników, organizację 9 stoisk narodowych na targach międzynarodowych, kontynuacji kampanii promocyjnej Polski na siedmiu rynkach europejskich. W ramach działań Grupy Wyszehradzkiej przedstawiciel POT czynnie uczestniczył w 13 imprezach Grupy V-4.

2. Opis realizacji działania: 6.4.3.2. Prowadzenie badań marketingowych w turystyce

Na realizację działania w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano kwotę **1 005 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **440 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **565 tys. zł**

Cel: Zwiększenie dostępności wiedzy z zakresu przyjazdowego i krajowego ruchu turystycznego

Mierniki realizacji celu:

| | Wartość planowana w 2012 r. | Wartość osiągnięta od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. |
|-----------------------------|------------------------------------|---|
| Liczba projektów badawczych | 10 | 10 |

Działanie było realizowane poprzez Poddziałania:

6.4.3.2.1 Badania konsumentów usług turystycznych

Działania zrealizowane ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG:

- W kwietniu i maju 2012 r. PBS Sp. z o.o. realizowała badanie skuteczności kampanii promocyjnej Polski na rynkach szwedzkim, duńskim, holenderskim i belgijskim – pomiar przed kampanią. Raport został przekazany przez Wykonawcę w lipcu i przyjęty bez zastrzeżeń. W kolejnym roku, w ramach tego samego projektu badawczego, realizowany będzie post-test na wszystkich siedmiu rynkach kampanii;
- W drugiej połowie maja 2012 r. ARC Rynek i Opinia Sp. z o.o. wykonała pomiar w trakcie trwania kampanii, w badaniu skuteczności kampanii promocyjnej Polski na rynkach: niemieckim, brytyjskim i francuskim. Raport został przekazany w lipcu i przyjęty bez zastrzeżeń. Wykonawca zaprezentował wyniki badania w siedzibie POT;
- Zakończono realizację badania satysfakcji turystów zagranicznych. Rekrutacja respondentów do badania prowadzona była od początku trwania Turnieju EURO 2012, wyniki badania uwzględniają m.in. opinie turystów, którzy przyjechali do Polski w związku z tą imprezą. Zrekrutowani w Polsce turyści zagraniczni, po powrocie do miejsca zamieszkania, wypełniali za pośrednictwem Internetu ankietę oceniającą cały pobyt. Wykonawca - PBS Sp. z o.o. przekazał wyniki badania zgodnie z terminem pod koniec września, raport został przyjęty;
- W III kwartale przeprowadzona została II fala badania Mystery client – badania jakości obsługi w placówkach Informacji Turystycznej. Raport z badania i prezentacja flash przekazane zostały w terminie przez Wykonawcę - Public Profits i przyjęte przez Zamawiającego;
- ARC Rynek i Opinia Sp. z o.o. zakończyła w październiku I etap badania stron internetowych Narodowego Portalu Turystycznego (NPT). Przekazane przez wykonawcę uwagi i rekomendacje zmian na stronie zostały wdrożone; wersja polskojęzyczna portalu polska.travel została uruchomiona w grudniu 2012 roku. Kolejne wersje językowe będą uruchamiane w I kwartale 2013 roku.

Działania zrealizowane ze środków europejskich w ramach Działania V.1. RPW

- W III kwartale została zrealizowana trzecia, ostatnia fala badania skuteczności kampanii promocyjnej Piękny Wschód. Badanie oceniające narzędzia kampanii oraz jej wpływ na wizerunek i postawy względem wschodnich obszarów kraju, realizowano w Polsce oraz na przygranicznych terenach Niemiec i na Ukrainie. W wyniku ostatniej fali badania powstały dwa raporty – raport z III fali badania, po kampanii oraz raport porównawczy, zestawiający wyniki wszystkich trzech fal badania.

6.4.3.2.2 Monitoring i analizy

- Zakończono tegoroczną falę badania konkurencyjności cenowej. W kwietniu ukazał się raport z sezonu ZIMA 2011/2012 oraz we wrześniu – raport z sezonu LATO 2012, który porównuje ceny ofert turystycznych w Polsce w okresie Turnieju EURO 2012;
- Opublikowano w maju Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2012”;

- W czerwcu 2012 roku wydana została w nakładzie 1000 egzemplarzy „Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012 – 2020”;
- W ramach umowy z Instytutem Turystyki opracowany został kolejny raport Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej (WUTZ 2012);
- Wykonane zostały opracowania nt. dostępności polskich produktów turystycznych w katalogach i ofercie internetowej biur podróży na rynkach: rosyjskim i ukraińskim. Analizy zawierają także porównanie oferty polskiej na tych rynkach z ofertą wyjazdów do krajów konkurencyjnych (Czechy, Węgry, Słowacja).

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r.

Zgodnie z realizacją celu zwiększenia dostępności wiedzy z zakresu przyjazdowego i krajowego ruchu turystycznego wyniki wszystkich zakończonych projektów badawczych zostały udostępnione na stronie internetowej Polskiej Organizacji Turystycznej oraz były prezentowane podczas spotkań branżowych i konferencji prasowych.

3. Opis realizacji działania: 6.4.3.3. Utrzymanie i rozbudowa narodowego portalu turystycznego jako elementu Zintegrowanego Systemu Informacji Turystycznej

Na realizację działania w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano kwotę **11 686 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **810 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **10 875 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **1 tys. zł**

Cel: Zapewnienie bezawaryjnego funkcjonowania narodowego portalu turystycznego

Mierniki realizacji celu:

| | Wartość planowana w 2012 r. | Wartość osiągnięta od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. |
|---|------------------------------------|---|
| Procentowy udział bezawaryjnego funkcjonowania serwisów | 95% | 100% ⁴ |

4) Osiągnięcie wartości 100% należy uznać za sukces ponieważ jest to równoznaczne, iż serwisy były dostępne bez jakichkolwiek przerw.

Działanie było realizowane poprzez Poddziałania:

6.4.3.3.1 Zarządzanie narodowym portalem turystycznym (NPT)

Działania zrealizowane ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG:

- Przeprowadzono postępowania, wyłoniono wykonawcę i przygotowano testową wersję Narodowego Portalu Turystycznego (NPT). Zlecone zostało wykonanie badania prototypu NPT w czterech wersjach językowych: polskiej, niemieckiej, angielskiej i francuskiej;
- Zrealizowano umowy na dostarczenie treści dla portalu poland.travel w językach: polskim, niemieckim, francuskim i angielskim;
- Zakończono realizowane poprzez Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej prace nad aktualizacją treści w poszczególnych wersjach językowo-rynkowych narodowego Portalu Turystycznego;
- Przeprowadzono aktualizację i uzupełnienie bazy noclegowej, baza została udostępniona użytkownikom na portalu polska.travel;
- Zrealizowano umowę na wykonanie bazy gastronomicznej. Baza została umieszczona na stronie polska.travel i jest dostępna dla turystów;
- W III kwartale przygotowano, przeprowadzono i rozstrzygnięto postępowanie przetargowe na wykonanie i wdrożenie narzędzia „trip planner” na portalu polska.travel. W grudniu realizacja planera została zakończona; jest on już dostępny w serwisie;
- Rozpoczęto realizację zadania promocji Polska.travel na 6 rynkach (Czechy, Węgry, Rosja, Ukraina, Hiszpania i Włochy). Prace realizowane będą przez cztery kolejne kwartały, zakończenie – 2013 rok;
- Zrealizowano zadanie promocji Polska.travel w wyszukiwarkach internetowych na 3 rynkach: niemieckim, francuskim i brytyjskim;
- W grudniu 2012 r. uruchomiono nowe odsłony w wydaniu beta dwóch wersji rynkowo-językowych Narodowego Portalu Turystycznego: polską (www.polska.travel/pl) oraz angielską-global (www.poland.travel/en). W obu wersjach uwzględniono rekomendacje z badania prototypowych wersji NPT. Nowe odsłony zawierają także uaktualnioną bazę Internetowego Systemu Informacji Turystycznej (ISIT) i narzędzie „trip planner” (zaplanuj wycieczkę).

6.4.3.3.2 Rozbudowa nowych platform komunikacji

Działania zrealizowane ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG:

- Rozstrzygnięto postępowanie przetargowe i wyłoniono wykonawcę na dostarczenie urządzeń prezentacyjnych (infokioski). Efektem umowy będzie instalacja 135 infokiosków w 15 województwach. Pierwsza partia 15 infokiosków została zainstalowana w czerwcu, na Turniej EURO 2012. Do końca grudnia 2012 roku zainstalowanych zostało 129 infokiosków w 15 województwach. Zakończenie instalacji przewidziane jest w styczniu 2013 roku;

- W ramach realizacji umowy na wykonanie platformy mobilnej (aplikacje na urządzenia mobilne) wykonano wersję testową aplikacji mobilnych dla miast - gospodarzy Turnieju EURO 2012.

6.4.3.3 Internetowy marketing bezpośredni

Działania zrealizowane ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG:

- Przeprowadzono postępowanie przetargowe na wykonanie systemu CRM, wyłoniono wykonawcę, podpisano umowę na realizację systemu. Rozpoczęto realizację projektu mającego na celu wykonanie systemu CRM, który korzystając z danych dostarczanych przez inne systemy w ramach Polskiego Systemu Informacji Turystycznej pozwoli na zbudowanie zaawansowanej bazy wiedzy o turystach. Dzięki wdrożonemu systemowi m.in. zostanie zwiększona skuteczność zarządzania kampaniami marketingowymi prowadzonymi na terenie kraju oraz za granicą. Zakończenie prac przewidziane jest na II kwartał 2013 roku.

6.4.3.4 Integracja systemowa informacji turystycznej

- Podpisanie umów z ROT-ami w sprawie certyfikacji centrów Informacji Turystycznej;
- Przygotowanie założeń i ogłoszenie konkursu na najlepsze Centrum Informacji Turystycznej. Jesienią przeprowadzono VIII edycję konkursu na najlepsze Centrum Informacji Turystycznej w czterech kategoriach (1, 2, 3 i 4 gwiazdkowych). Wyłoniono łącznie 8 laureatów w kategorii centrów i punktów Informacji Turystycznej dwu-, trzy- i czterogwiazdkowych;
- Realizacja certyfikacji centrów Informacji Turystycznej we współpracy z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi. Na koniec 2012 roku było w Polsce 327 certyfikowanych (we wszystkich województwach) centrów informacji turystycznej: 53 czterogwiazdkowe, 69 trzygwiazdkowe, 107 dwugwiazdkowych i 98 z jedną gwiazdką. W stosunku do stanu certyfikacji z 2011 roku nastąpił ponad 40-procentowy wzrost liczby placówek objętych certyfikacją.

Działania zrealizowane ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG:

- 19 marca 2012 r. - podpisanie umowy z wykonawcą i rozpoczęcie realizacji systemu Contact Center . Przeprowadzono techniczne i organizacyjne przygotowania do uruchomienia Contact Center (zatrudnienie konsultantów, wynajęcie pomieszczeń biurowych, instalacja sprzętu itd.);
- W III kwartale przeprowadzono techniczne i organizacyjne przygotowania do uruchomienia Contact Center (zatrudnienie konsultantów, wynajęcie pomieszczeń biurowych, instalacja sprzętu itd.). W IV kwartale zakończono testowanie systemu, jego uruchomienie w wersji produkcyjnej nastąpi w styczniu 2013 roku. Do udziału w Contact Center zgłosiło się 12 centrów Informacji Turystycznej. Przeprowadzono spotkanie robocze z przedstawicielami jednostek, które rozpoczynają działanie oraz z potencjalnymi uczestnikami systemu;
- Rozpoczęto realizację systemu Repozytorium Informacji Turystycznej. Zakończone zostały dwa pierwsze etapy prac. Wdrożenie systemu nastąpi do końca II kwartału 2013 roku.

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r.

W ramach zapewnienia bezawaryjnego funkcjonowania Narodowego Portalu Turystycznego w okresie sprawozdawczym m.in. realizowano umowy na wykonanie systemu CRM oraz uruchomienie Contact Center. Opracowano i udostępniono bazy: noclegową i gastronomiczną oraz „trip planner”. Uruchomiono nowe odsłony dwóch wersji rynkowo-językowych NPT: polską (www.polska.travel/pl) oraz angielską-global (www.poland.travel/en). Na terenie 15 województw zainstalowano 129 infokiosków. W stosunku do roku poprzedniego nastąpił 40-procentowy wzrost liczby certyfikowanych placówek Informacji Turystycznej – 327 placówek na koniec 2012 roku.

Opis realizacji zadania 17.3 Koordynacja realizacji NSRO 2007 – 2013 oraz zarządzanie i wdrażanie programów operacyjnych

Na realizację zadania 17.3 *Koordynacja realizacji NSRO 2007 – 2013 oraz zarządzanie i wdrażanie programów operacyjnych* w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano łącznie środki w wysokości **2 588 tys. zł** ze środków z Unii Europejskiej (Część budżetowa 34 – *Rozwój regionalny*).

Celem zadania jest: wzmocnienie systemu wdrażania PO IG

Mierniki realizacji celu:

| | Wartość planowana w 2012 r. | Wartość osiągnięta od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. |
|---|-----------------------------|--|
| Wartość środków certyfikowanych do KE dla działania 6.4 PO IG do wartości alokacji w latach 2007 – 2015 dla działania 6.4 PO IG | 35% | Wartość miernika określana jest przez MRR |

I. Opis realizacji podzadania: 17.3.8 Wdrażanie PO Innowacyjna Gospodarka

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r. wydatkowano kwotę **2 588 tys. zł** ze środków z Unii Europejskiej.

Celem podzadania jest: Wzmocnienie systemu wdrażania PO IG.

Cel ma zostać zrealizowany przez działanie: *Wsparcie POT we wdrażaniu Działania 6.4 w latach 2007 – 2015.*

W I kwartale realizowano następujące działania:

- Departament Funduszy Europejskich realizował wsparcie doradcze i stałe monitorowanie postępów we wdrażaniu projektów, bieżącą weryfikację wniosków o płatność przy jednoczesnej stałej współpracy z Beneficjentami m.in. w kwestii poprawy jakości dokumentacji oraz publikację na stronie internetowej kluczowych informacji, jak również wzorów dokumentów, niezbędnych do rozliczenia projektu. Przeprowadzono 5 szkoleń (łącznie dla 11 uczestników) oraz przeprowadzono cztery kontrole projektów;
- 20.02.2012 r. zawarto ostatnią umowę o dofinansowanie projektu z Miastem Stołecznym Warszawa. Oznacza to pełną kontraktację w ramach Działania 6.4 PO IG;
- Pracownicy Instytucji Wdrażającej dla Działania 6.4 PO IG uczestniczyli w szkoleniu realizowanym przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego pn.: „Kontrola i nieprawidłowości z elementami audytu w ramach PO IG” (dwie osoby).

W II kwartale realizowano następujące działania:

- Departament Funduszy Europejskich realizował wsparcie doradcze i stałe monitorowanie postępów we wdrażaniu projektów, bieżącą weryfikację wniosków o płatność przy jednoczesnej stałej współpracy z Beneficjentami. Jednocześnie pracownicy Zespołu ds.kontroli i procedur przeprowadzili dwie kontrole następujących projektów: „Interaktywne Centrum historii Ostrowa Tumskiego w Poznaniu - kolebki państwowości i chrześcijaństwa w Polsce” – Miasto Poznań oraz „Hala Stulecia we Wrocławiu – Centrum Innowacyjności w Architekturze i Budownictwie” - Wrocławskie Przedsiębiorstwo "Hala Ludowa" Sp. z o.o. Zrealizowano także 5 szkoleń, w tym jedno dla beneficjentów (54 przeszkolone osoby, w tym 43 beneficjentów).
- W dniu 29 czerwca 2012 r. zakończono projekty: „Wykorzystanie walorów rzeki Wisły w celu budowy wspólnego produktu turystycznego przez Kazimierz Dolny, Puławy i Janowiec” oraz „Centrum dziedzictwa szkła w Krośnie”. Do końca czerwca złożono do Instytucji Wdrażającej wnioski o płatność końcową dla 10 przedsięwzięć, zakończonych pod kątem rzeczowo-finansowym.
- Otwarto inwestycje: „Toruń Hanza nad Wisłą”, "Świętokrzyski Szlak Archeo-geologiczny", „Program ożywienia dróg wodnych w Gdańsku”, "Pętla Żuławska - rozwój turystyki wodnej - etap I".

W III kwartale realizowano następujące działania:

- Zakończono realizację i zaprezentowano inwestycje powstałe w ramach 4 projektów realizowanych przy wsparciu Działania 6.4 PO IG: w lipcu - „Bug - rajem dla turysty” realizowany przez Gminę Drohiczyn (przeprawa promowa Zabuże-Mielnik, obiekty w Wólce Nadbużnej, odbył się spływ kajakowy Gnojno-Zabuże), w sierpniu - „Południowo-zachodni Szlak Cysterski” oraz „Turystyka w siodle-infrastruktura innowacyjnego i unikatowego produktu turystycznego”, we wrześniu - uroczyste otwarcie trasy górniczej w ramach projektu pt. "Szlaki nowej przygody w zabytkowej Kopalni Soli "Wieliczka".

- W okresie sprawozdawczym przeprowadzono trzy kontrole na miejscu realizacji projektów: „Międzynarodowy turystyczny produkt markowy Uzdrawiska Kłodzkie”, „Świętokrzyski Szlak Archeo-Geologiczny” - Gmina Kielce oraz „Wykorzystanie walorów rzeki Wisły w celu budowy wspólnego produktu turystycznego przez Kazimierz Dolny, Puławy i Janowiec”.

W IV kwartale realizowano następujące działania:

- W październiku 2012 roku zakończono rzeczową realizację projektów „Turystyka w Siodle” realizowanego przez województwo łódzkie oraz „Południowo-Zachodni Szlak Cysterski” realizowanego przez województwo dolnośląskie. Jednocześnie pracownicy Zespołu ds. kontroli i procedur przeprowadzili kontrole na miejscu realizacji sześciu projektów;
- W ramach działań promujących projekty realizowane w ramach Działania 6.4 PO IG wydrukowany został w nakładzie 2000 egzemplarzy katalog promujący 21 projektów, artykuł nt. zakończonych projektów w Dzienniku Gazeta Prawna; rozpoczęła się także emisja w Internecie filmu promującego Działanie 6.4 PO IG - do końca roku osiągnięto ponad 100 tysięcy odtworzeń oraz 4 mln odsłon billboardów internetowych;
- 22 listopada 2012 roku zorganizowano konferencję prasową nt. Działania 6.4 PO IG w restauracji "Na Zielnej". W obecności przedstawicieli MRR (Podsekretarz Stanu - Iwona Wendel) i MSiT (Podsekretarz Stanu - Katarzyna Sobierajska) oraz władz POT (Prezes - Rafał Szmytke) beneficjenci zaprezentowali swoje projekty (m.in. Kopalnia Soli "Wieliczka" S.A. oraz Hala Stulecia we Wrocławiu);
- W 2012 roku Departament Funduszy Europejskich realizował wsparcie doradcze i stałe monitorowanie postępów we wdrażaniu projektów, bieżącą weryfikację wniosków o płatność przy jednoczesnej stałej współpracy z Beneficjentami m.in. w kwestii poprawy jakości dokumentacji oraz publikację na stronie internetowej kluczowych informacji, jak również wzorów dokumentów, niezbędnych do rozliczenia projektu.

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r.

W ramach wsparcia we wdrażaniu Działania 6.4 PO IG w latach 2007 – 2015 przeprowadzono 6 szkoleń dla beneficjentów, 6 szkoleń dla pracowników oraz 15 kontroli projektów. Zorganizowano konferencję prasową nt. projektów z Działania 6.4. PO IG, wydano w nakładzie 2000 egzemplarzy katalog promujący 21 projektów zrealizowanych w ramach tego działania oraz wyemitowano w Internecie film i billboard promujący projekty zrealizowane w ramach Działania 6.4 PO IG.

Warszawa, dn. 05.02.2013r.