

Polska Organizacja Turystyczna

Komórka organizacyjna

I. Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2014 w części 20 i 40 w układzie zadaniowym za okres od 1 stycznia – 31 grudnia 2014 r.

Na realizację zadania 6.4 *Wsparcie i promocja turystyki* w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano łącznie środki w wysokości **82 483 tys. zł**, z czego:

- Dotacja podmiotowa (Część budżetowa 40 – Turystyka) **38 000 tys. zł**
- Środki z Unii Europejskiej (Część budżetowa 20 – Gospodarka) **42 871 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **1 612 tys. zł**

Opis realizacji zadania 6.4. *Wsparcie i promocja turystyki*

Celem zadania jest: utrzymanie liczby przyjazdów turystów zagranicznych odwiedzających Polskę na dotychczasowym poziomie

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Szacunkowa liczba turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski w danym roku (os. w mln)	Wartość miernika jest określana przez Ministerstwo Sportu i Turystyki	

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

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano kwotę **2 295 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **1 586 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **692 tys. zł**
- Pozostałe przychody POT **17 tys. zł**

Celem podzadania jest: osiągnięcie założonych rezultatów w zakresie kreowania polityki w obszarze turystyki

Cel ma zostać zrealizowany przez działania:

- Współpraca z branżą 6.4.1.1.
- Współpraca międzynarodowa 6.4.1.2.

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Liczba osiągniętych rezultatów w zakresie kreowania polityki w obszarze turystyki do liczby zaplanowanych do realizacji w danym roku (w %)	Wartość miernika jest określana przez Ministerstwo Sportu i Turystyki	

1. Opis realizacji działania: 6.4.1.1. Współpraca z branżą

Na realizację działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano kwotę 1 977 tys. zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 1 268 tys. zł
- Środków z Unii Europejskiej 692 tys. zł
- Pozostałe przychody POT 17 tys. zł

Cel: Zaspokajanie potrzeb informacyjnych podmiotów z branży turystycznej w obszarze turystyki na dotychczasowym poziomie

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Liczba odbiorców informacji z obszaru turystyki w danym roku do roku poprzedniego (w %)	100	108,2

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.:

- W 2014 roku zorganizowano szereg spotkań o charakterze roboczym, konsultacyjnym i warsztatowym dla blisko 2000 uczestników. Były to m.in.: spotkania w ramach Forum Turystyki Przyjazdowej (FTP), Forum ROT we Wrocławiu, Wieczór regionów w Berlinie, Dzień Ekspercki podczas targów Agrotavel, seria spotkań z przedstawicielami hoteli oraz spotkania konsultacyjne i robocze przemysłu spotkań;
- W dniach 17-21 marca w Centrum Konferencyjnym Stadionu Narodowego odbył się „Meetings Week Poland” – maraton wydarzeń konferencyjnych z udziałem blisko tysiąca przedstawicieli branży spotkań. Poland Convention Bureau (PCB) POT zaangażowane było m.in. w organizację Inauguracji Meeting Week Poland, szkolenie Meeting Professionals International Poland Club;
- W dniach 12 – 14 listopada odbyło się II Forum Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych (ROT i LOT) z udziałem dyrektorów Zagranicznych Ośrodków Polskiej Organizacji Turystycznej w hotelu Ossa. Udział w spotkaniu wzięło 125 osób, w tym przedstawiciele 16 ROT oraz 40 LOT.

- Podczas spotkania przedstawiono między innymi ewaluację działań promocyjnych realizowanych przez POT w ramach projektów „Promujmy Polskę Razem” i „Lubię Polskę”. Omówiono dobre przykłady współpracy ROT-LOT oraz wspólne inicjatywy m.in. projekt zrealizowany we współpracy z ROT kampania „Bajkowy urlop w Polsce” i imprezy regionalne, współpracę z LGD, klastry;
- 18 grudnia po raz trzeci odbyła się Gala Złote Logo Polska w Galerii Porczyńskich w Warszawie. Podczas wydarzenia uhonorowane zostały osoby i instytucje mające znaczący wpływ na promocję Polski m.in. do grona laureatów w 2014 roku dołączyli: Krzysztof Penderecki, Edward Dwurnik, Rafał Majka, Marcin Gortat, Grupa Onet oraz zespół lekarzy prof. Janusza Skalskiego ze szpitala dziecięcego w Krakowie Prokocimiu;
 - Informacje nt. działań POT dystrybuowane były w sposób ciągły poprzez artykuły w Aktualnościach Turystycznych oraz publikacje w mediach branżowych i konsumenckich - tradycyjnych i elektronicznych.

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

- W 2014 zorganizowano kilkanaście imprez promocyjnych i konferencji prasowych; m.in. wiosną odbyły się dwie duże konferencje prasowe: Imprezy sportowe w promocji Polski na przykładzie kampanii „Polska. Come and find your story”, związana z promocją imprezy Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn 2014 oraz „Warszawa zagra w filmie czyli Polska w Bollywood”, poświęcona pozyskiwaniu dużych produkcji filmowych dla Polski. W drugiej połowie roku odbyły się m.in. 20 października - konferencja podsumowująca kampanię krajową „Bajkowy urlop w Polsce” a w grudniu konferencja na temat działań w projekcie Lubię Polskę! pt. Czy turyści z Azji polubili Polskę?;
- 4 listopada 2014 r. w Brukseli, w budynku Parlamentu Europejskiego zorganizowano wydarzenie promocyjne podsumowujące 5 letnie działania w projekcie „Promujmy Polskę Razem”. Prezes POT zaprezentował wyniki prowadzonych kampanii „Polska. Feel Invited” oraz „Polska. Come and find your story”. Podczas uroczystości świętowano również 10-lecie obecności Polski w Unii Europejskiej oraz 25 lat wolności Polski. W spotkaniu wzięli udział przedstawiciele najważniejszych instytucji europejskich, placówek dyplomatycznych oraz międzynarodowych mediów;
- W projekcie Lubię Polskę! kontynuowano projekt szkoleniowy pn. Jak przygotować się do przyjęcia turystów z rynku chińskiego, japońskiego i indyjskiego. W 2014 roku odbyło się 10 szkoleń dla około 300 uczestników z branży turystycznej.

Działanie 6.4.1.1. Współpraca z branżą

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.

W celu zaspokajania potrzeb informacyjnych podmiotów z branży turystycznej w obszarze turystyki:

- zorganizowano 33 spotkania branżowe, w których uczestniczyło blisko 2000 przedstawicieli branży
- wzrost liczby użytkowników portali informacyjnych i branżowych prowadzonych przez POT
- wzrost liczby abonentów Aktualności Turystycznych o 22%

2. Opis realizacji działania: 6.4.1.2. Współpraca międzynarodowa

Na realizację działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano kwotę 318 tys. zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 318 tys. zł

Cel: utrzymywanie poziomu aktywności w międzynarodowych organizacjach i grupach roboczych w celu umacniania znaczenia Polski jako partnera we współpracy międzynarodowej w obszarze turystyki

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Liczba wydarzeń z udziałem POT w danym roku do roku poprzedniego (w %)	100	113,3

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.

- W celu pozyskiwania i wymiany wiedzy poprzez aktywne uczestnictwo w działaniach organizacji międzynarodowych, przedstawiciele POT wzięli udział w 17 posiedzeniach i spotkaniach, w tym m.in: Zgromadzeniu Ogólnym ETC (posiedzenie wiosenne i jesienne) i posiedzeniach zarządu, posiedzeniu grupy roboczej ds. badań European Tourism Commission (ETC), Zgromadzeniu Ogólnym oraz posiedzeniach zarządu Baltic Tourism Commission (BTC), spotkaniach w ramach grup V-4 oraz spotkaniach Meeting Professionals International (MPI): udział w spotkaniu zarządu stowarzyszenia, konferencja European Meetings & Events Conference i World Educational Congress.

Działanie 6.4.1.2. Współpraca międzynarodowa
Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Utrzymywano aktywność w międzynarodowych organizacjach i grupach roboczych poprzez m.in. <ul style="list-style-type: none">- udział przedstawicieli POT w pracach zarządu ETC, BTC oraz w spotkaniach w ramach grup V-4- aktywny udział przedstawicieli PCB w spotkaniach, seminariach i konferencjach przemysłu spotkań

II. Opis realizacji podzadania: 6.4.2. Wsparcie produktów turystycznych

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano kwotę 3 624 tys. zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 1 365 tys. zł
- Środków z Unii Europejskiej 2 242 tys. zł
- Pozostałe przychody POT 17 tys. zł

Celem podzadania jest: Powiększenie bazy certyfikowanych produktów turystycznych

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Liczba certyfikowanych produktów w danym roku / narastająco (w szt.)	163	164

Cel ma zostać zrealizowany przez:

- Promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych 6.4.2.1.
- Wspieranie rozwoju konkurencyjnych produktów turystycznych 6.4.2.2.

Opis realizacji działania: 6.4.2.1. Promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych

Na realizację działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano kwotę 2 994 tys. zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 1 068 tys. zł
- Środków z Unii Europejskiej 1 916 tys. zł
- Pozostałe przychody POT 10 tys. zł

Cel: Zwiększenie dostępności informacji o produktach turystycznych na rynku krajowym

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014r.
Liczba odbiorców przekazu informacyjno-promocyjnego dostarczanego z wykorzystaniem różnych kanałów przekazu w danym roku do roku poprzedniego (w %)	100,5	100,9

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014r.:

- W ramach promowania polskich produktów turystycznych, w tym laureatów konkursów EDEN i produktów z certyfikatem POT, zorganizowano stoiska podczas imprez m.in. Dzień Ziemi na Polu Mokotowskim w Warszawie, Dzień Dziecka w kancelarii Prezesa Rady Ministrów, Forum Innowacji, Gala Sportu i Biznesu na Stadionie Narodowym. Podczas imprez dystrybuowano ulotki i materiały promocyjne, organizowano wystawy na temat produktów turystycznych, itp.;
- Organizowano spotkania i prowadzono liczne działania promocyjne, informacyjne i edukacyjne na temat produktów turystycznych w ramach wspólnych projektów m.in. projekt EDEN, inauguracja projektu EuroVelo „Szlak Żelaznej Kurtyny”, projekt „Partnerstwo Odry”;

- W dniu 23 maja podczas spotkania szkoleniowego z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi w Krynicy Zdrój zainaugurowano XII edycję konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej, realizowanego po raz pierwszy przy użyciu specjalnej aplikacji. Do etapu ogólnopolskiego wpłynęły 44 zgłoszenia do miana zwykłego certyfikatu i 10 zgłoszeń do miana Złotego Certyfikatu. 24 października w Poznaniu podczas trwania targów Tour Salon odbyła się uroczysta Gala wręczenia certyfikatów 11 laureatom. Złoty certyfikat 2014 otrzymał Park Nauki i Rozrywki Krasiejów;
- Informacje nt. produktów turystycznych ukazywały się w magazynach podróźniczych i informacyjnych (Magazyn Kalejdoskop, Podróże, Wprost) oraz były publikowane na portalach informacyjno-promocyjnych o charakterze produktowym.

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

W ramach kontynuacji kampanii na rynku krajowym pod hasłem „Bajkowy urlop w Polsce” w 2014 roku zrealizowano 16 dużych imprez promocyjnych w regionach. W każdej z zaplanowanych lokalizacji odbywała się konferencja prasowa, z udziałem lokalnych władz i przedstawicieli mediów, podczas której prezentowane i podsumowywane były działania projektu Promujmy Polskę Razem. Po konferencjach, w atrakcyjnych lokalizacjach regionu, znani aktorzy prowadzili imprezy wraz z konkursem „Zostań twarzą regionu”. Równocześnie prowadzono działania informacyjne i promocyjne nt. turystyki krajowej i polskich produktów turystycznych.

Działanie 6.4.2.1. Promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych
Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Zwiększono dostępność informacji o produktach turystycznych na rynku krajowym poprzez m.in.:
<ul style="list-style-type: none"> - zorganizowanie konkursu na certyfikowane produkty turystyczne i przyznanie 11 certyfikatów, w tym jeden Złoty Certyfikat - organizację 16 imprez regionalnych promujących produkty turystyczne w kampanii „Bajkowy urlop w Polsce” - dystrybucję informacji n/t produktów turystycznych podczas imprez i w mediach (prasa, portale promocyjno-informacyjne)

Opis realizacji działania: 6.4.2.2. Wspieranie rozwoju konkurencyjnych produktów turystycznych

Na realizację działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano kwotę 630 tys. zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 297 tys. zł
- Środków z Unii Europejskiej 326 tys. zł
- pozostałe przychody POT 7 tys. zł

Cel: Zrealizowanie przedsięwzięć produktowych i utworzenie konsorcjów produktowych jako formy wsparcia produktów turystycznych

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Liczba utworzonych konsorcjów produktowych w danym roku/ narastająco (szt.)	2	2

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.:

- W 2014 roku podpisano umowy z wszystkimi Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi na certyfikację placówek informacji turystycznej oraz umów na integrację z Repozytorium Informacji Turystycznej. Część umów dotyczyła współfinansowania przez POT procesu certyfikacji informacji turystycznej w regionach, pozostałe dotyczyły wspierania innych elementów Polskiego Systemu Informacji Turystycznej (PSIT) w regionach. Na koniec 2014 roku w Polsce funkcjonowało 420 certyfikowanych centrów i punktów informacji turystycznej;
- 10 lipca w siedzibie POT odbyło się spotkanie założycielskie Konsorcjum „Polskie Szlaki Kulinarne”, podczas którego m.in. wybrano Radę Programową. Celem konsorcjum jest: działanie na rzecz efektywniejszego wykorzystania potencjału w regionie w oparciu o walory środowiska przyrodniczego, dziedzictwa kulturowego i kulinarnego; zbudowanie markowych kulinarnych produktów turystycznych opartych na kuchni regionalnej i produktach tradycyjnych i ich promocja; kreowania wzrostu zainteresowania produktami tradycyjnymi i zwiększenie popytu na te produkty. Podczas spotkania omówiono też bieżącą pracę konsorcjum oraz opracowano plan działań promocyjnych;
- Realizowano zadania dotyczące Konsorcjum „Zdrowie i Uroda” mające na celu zwiększenie zainteresowania produktami polskiej turystyki uzdrowskiej, medycznej oraz wellness i spa wśród turystów krajowych i zagranicznych. W 2014 roku powstało wydawnictwo wizerunkowe pt. „Polska wellness & medical”, na polskim stoisku narodowym podczas targów ITB w Berlinie zorganizowano wyspę produktową „Zdrowie i Uroda”, organizowano podróże studyjne (współpraca na poziomie ZOPOT - członkowie konsorcjum);
- W ramach X edycji konkursu na najlepsze centrum Informacji Turystycznej wpłynęło łącznie 51 zgłoszeń. Kapituła konkursu pod przewodnictwem Wiceprezesa POT w dniu 30 września 2014 r. wyłoniła 13 laureatów. Oficjalne ogłoszenie wyników konkursu i wręczenie zwycięzcom statuetek odbyło się 23 października podczas targów Tour Salon w Poznaniu;
- W dniach 19-21 listopada w Tarnowie odbyło się posiedzenie Zarządu Forum Informacji Turystycznej (FIT). Poruszane były kwestie związane z integracją regionalnych baz danych z RIT oraz drogowym oznakowaniem turystycznym. Dzień później rozpoczęło się Walne Zgromadzenie FIT w Tarnowie (21-22 listopada) z udziałem 44 przedstawicieli placówek IT z całej Polski. Poruszano na nim sprawy związane z certyfikacją punktów IT, nowym regulaminem konkursu na najlepsze centrum IT oraz stanem prac nad nowymi zasadami oznakowania atrakcji turystycznych wzdłuż dróg szybkiego ruchu i autostrad;
- 30 października odbyło się posiedzenie Kapituły ds. Znaków Turystycznych w składzie przedstawiciele POT, MSiT, GDDKiA i MiIR. Dyskutowano nt. nowelizacji rozporządzeń dot. turystycznych znaków drogowych;

- W ramach działań Programu Ambasadorów Kongresów Polskich (AKP) odbywały się cykliczne spotkania, a 25 września 2014 r. podczas Targów Kielce zorganizowano Galę Ambasadorów Kongresów Polskich, podczas której wręczono dyplomy 20 nowym Honorowym Ambasadorom, promującym Polskę jako miejsce organizacji międzynarodowych spotkań i kongresów.

Działanie 6.4.2.2. Wspieranie rozwoju konkurencyjnych produktów turystycznych
Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
W ramach wsparcia produktów turystycznych, prowadzono m.in.:
- zadania w obszarze informacji turystycznej (porozumienia z wszystkimi ROT)
- działania 2 konsorcjów produktowych
- promocję i działania programu Ambasadorów Kongresów Polskich

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

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano kwotę 76 564 tys. zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 35 049 tys. zł
- Środków z Unii Europejskiej 39 937 tys. zł
- Pozostałe przychody POT 1 579 tys. zł

Celem podzadania jest: Zwiększenie dostępności informacji o turystycznej atrakcyjności Polski na rynkach zagranicznych

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Liczba odbiorców przekazu marketingowego w danym roku do roku poprzedniego na rynkach zagranicznych (%)	97	124

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 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano kwotę 73 063 tys. zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 34 044 tys. zł
- Środków z Unii Europejskiej 37 443 tys. zł
- Pozostałe przychody POT 1 576 tys. zł

Cel: Utrzymanie efektywności działań marketingowych prowadzonych przez POT

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Średni jednostkowy koszt dotarcia z komunikatem marketingowym na rynkach zagranicznych w relacji do roku poprzedniego (%)	100	82

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014r.:

- W 2014 roku zorganizowano polskie stoiska narodowe na 17 dużych imprezach targowych, w tym m.in.: ITB w Berlinie (poświęcone promocji priorytetowego produktu jakim jest turystyka uzdrowiskowa oraz Wellness&Spa), FITUR w Madrycie (promocja polskich nowoczesnych miast i turystyki aktywnej), Salon de Vacances w Brukseli oraz MITT w Moskwie i inne;
- Podczas Targów IMTM w Tel Awiwie w lutym br. nawiązano kontakty z izraelską branżą turystyczną, przeprowadzono prezentacje dla ponad 100 przedstawicieli branży i dla dziennikarzy;
- Targi World Travel Market (WTM) odbyły się w dniach 3-6 listopada w Londynie. Tegoroczna prezentacja polskiego produktu turystycznego została przygotowana przez POT oraz trzynastu wystawców reprezentujących branżę i regiony. Tematem wiodącym prezentacji była turystyka aktywna, Wellness & SPA oraz wyjazdy weekendowe. Po raz pierwszy mocny akcent został położony na produkt o dużym potencjale rynkowym, jakim jest golf;
- Na rynkach objętych działaniami POT zrealizowano szereg imprez promocyjnych, warsztatów branżowych, wystaw i konferencji prasowych, w których wzięło udział ponad 30 tys. osób;
- W zorganizowanych podróżach studyjnych i prasowych udział wzięło ponad 1000 przedstawicieli branży turystycznej i mediów z kilkunastu różnych rynków;
- 2 października w Krakowie odbyły się warsztaty turystyki pielgrzymkowej z udziałem blisko 40 przedstawicieli zagranicznych biur podróży z całego świata, m.in.: Australii, Argentyny, Brazylii, Filipin, Kanady, Meksyku, USA oraz krajów Ameryki Południowej i europejskich. Ze strony polskiej swoje oferty prezentowało kilkadziesiąt biur; były to również oferty na przyjazdy podczas Światowych Dni Młodzieży w 2016 roku;
- Zrealizowano VI Polsko-Ukraińskie Forum Turystyczne (6-10.10) z udziałem 22 biur z Ukrainy i 24 polskich partnerów oraz XI Polsko-Rosyjskie Forum Turystyczne (3-8.11) z udziałem 52 biur z Rosji i 57 biur z Polski. Tegoroczne fora miały na celu zaprezentowanie i promocję atrakcji turystycznej Dolnego Śląska i Małopolski;

- W ramach współpracy z krajami Grupy Wyszehradzkiej V-4 przedstawiciel POT brał udział m.in. w targach WTM w Sao Paolo oraz ATM w Dubaju. Przeprowadzono również prezentacje, warsztaty, roadshow dla branży i mediów: RPA, Gruzji (50 lokalnych biur turystycznych), Rosja (160 lokalnych biur, Indie (367 biur i przedstawicieli mediów związanych z branżą turystyczną). Przygotowano aplikację mobilną na smartphony i tablety z trasami turystycznymi krajów V-4;
- Przedstawiciel PCB POT wzięli aktywny udział w międzynarodowych targach przemysłu spotkań IMEX we Frankfurcie (20-22.05) oraz EBITM w Barcelonie (18-20.11); W dniach 14-16 października odbyła się czwarta edycja targów IMEX America w Los Angeles, w trakcie trwania targów odbyło się 60 spotkań z osobami zainteresowanymi Polską jako miejscem na organizację konferencji, kongresów czy podróży motywacyjnych;
- PCB POT zorganizowało prezentację Roadshow Belgia – wydarzenie Meeting & Event Planners Forum Meetopolis 2014, które umożliwiło spotkanie ze 150 uczestnikami;
- Wznowiono nakłady kilku najbardziej popularnych wydawnictw promocyjnych m.in. Kultura i sztuka, Dzika przyroda, Miejsca i obiekty UNESCO, Wellness&Spa (wersje językowe: niemiecka, holenderska i francuska) w nakładzie 66 000 egzemplarzy;

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

- W ramach kampanii na rynkach europejskich w projekcie „Promujmy Polskę Razem” w 2014 r. była prowadzona kampania promocyjna na rynkach: hiszpańskim, włoskim, irlandzkim, czeskim, ukraińskim i rosyjskim. Przedmiotem kampanii były produkty turystyczne z zakresu turystyki: miejskiej i kulturowej, aktywnej i specjalistycznej, spa&wellness oraz turystyki na obszarach przyrodniczych. Przekaz formułowany w postaci różnorodnych kreacji bajkowych regionów kierowany był do grup konsumentów i branży turystycznej za pośrednictwem reklam i tekstów reklamowych w prasie, telewizji, reklamie zewnętrznej. Hasło główne kampanii to: Poland – Come and find your story. Kampania zapraszała także na Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn 2014, które odbywały się w polskich miastach od września br. Kampania kontynuowana była na 5 rynkach (oprócz Czech) poprzez komunikaty w reklamie zewnętrznej oraz prasie konsumenckiej do końca 2014 roku;
- W kampanii na rynkach azjatyckich w projekcie „Lubię Polskę!” kontynuowano działania w internecie i prasie na wszystkich rynkach: Chiny, Japonia, Indie. Promowane były szczególnie produkty z obszaru turystyki miejskiej i kulturowej. Na rynku chińskim prowadzona była także kampania w TV, emisja reportaży. W czerwcu w Chinach zorganizowano Road show dla ok. 200 przedstawicieli branży i mediów (promocja Warszawy i Krakowa, jako celów objazdowych podróży po Europie). Na rynku indyjskim Road show zorganizowano dwukrotnie: w marcu dla branży filmowej i w kwietniu dla branży turystycznej i mediów;
- W obu kampaniach prowadzono działania z wykorzystaniem mediów tradycyjnych o dużym zasięgu m.in. reklamy zewnętrznej, prasy konsumenckiej, radia. Szeroko wykorzystywano środki komunikacji elektronicznej, takie jak serwisy internetowe, mailingi, profile społecznościowe;
- W 42 podróżach studyjnych i prasowych udział wzięło 240 przedstawicieli branży turystycznej i mediów z kilkunastu różnych rynków;
- Wznowiono nakłady kilkunastu najbardziej popularnych wydawnictw promocyjnych, w kilku wersjach językowych w nakładzie ponad 300 000 egzemplarzy;
- Na potrzeby PPR EXPO w Mediolanie zostały wydane najpopularniejsze materiały promocyjne w ilości 1 140 000 egzemplarzy;
- Wydrukowano 16 plakatów promujących polskie regiony, nakład 90 tysięcy na rynki europejskie oraz wydrukowano 16 plakatów promujących polskie regiony, nakład 27 tysięcy na rynki azjatyckie.

Działanie 6.4.3.1. Planowanie i prowadzenie działań marketingowych
Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
<p>Utrzymanie efektywności działań marketingowych prowadzonych przez POT, poprzez m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kontynuację kampanii promocyjnej na rynkach zagranicznych oraz działań promocyjnych z zakresu przemysłu spotkań w ramach projektów „Promujmy Polskę Razem” i „Lubię Polskę!” - realizację podróży studyjnych i prasowych dla ponad 1000 uczestników - przeprowadzenie warsztatów branżowych i prezentacji dla ponad 17 tys. przedstawicieli branży zagranicznej - realizacja imprez promocyjnych, których zasięg osiągnął 12 tys. osób - przeprowadzenie działań z wykorzystaniem mediów tradycyjnych, głównie reklamy w prasie - wykorzystanie reklamy zewnętrznej w działaniach promocyjnych - komunikację z wykorzystaniem kanałów elektronicznych m.in. rynkowych serwisów polska.travel, newsletterów, platform społecznościowych - dystrybucję materiałów informacyjno-promocyjnych oraz obsługę zapytań dotyczących podróży do Polski

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

Na realizację działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano kwotę 1 626 tys. zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 224 tys. zł
- Środków z Unii Europejskiej 1 402 tys. zł

Cel: Zapewnienie informacji o krajowym i międzynarodowym ruchu turystycznym w obszarach: badań konsumentów usług turystycznych oraz monitoringu i analiz

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Liczba projektów badawczych zrealizowanych w danym roku (szt.)	8	8

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.

- Przez cały 2014 rok zbierano dane (poprzez ankiety na stronach.travel) do Badania wizerunku Polski jako destynacji turystycznej oraz preferencji w zakresie przyjazdu do Polski/wypoczynku w Polsce. Zbiory są w trakcie opracowania; na ich podstawie przygotowane zostaną dwa raporty: opinie turystów zagranicznych i opinie turystów krajowych;
- W wyniku realizacji badania Konkurencyjność cenowa polskich produktów turystycznych w relacji do ofert głównych konkurentów przygotowane zostały dwa raporty: ZIMA 2013/2014 oraz LATO 2014;

- Wydano raport pt. Przemysł Spotkań i Wydarzeń w Polsce 2014;
- Dokonano odbioru wszystkich prac zakontraktowanych do wykonania w 2014 roku, w tym m.in. Frekwencja w atrakcjach turystycznych, Indeks konkurencyjności (II etap), Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej (WUTZ).

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

- W ramach kampanii Promujmy Polskę Razem zrealizowano: badania związane z kampaniami na rynkach europejskich: hiszpańskim, włoskim, irlandzkim, czeskim, ukraińskim i rosyjskim oraz na rynku krajowym, badanie satysfakcji turystów krajowych i zagranicznych, a także badanie Mystery e-mail, związane z oceną jakości obsługi w placówkach Informacji Turystycznej;
- W ramach kampanii Lubię Polskę! wykonane zostały badania na rynkach azjatyckich: japońskim, chińskim i indyjskim. Celem badań była m.in. ocena działań promocyjnych prowadzonych na tych rynkach.

Działanie 6.4.3.2. Prowadzenie badań marketingowych w turystyce
Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Zapewnienie informacji o krajowym i międzynarodowym ruchu turystycznym w obszarach badań konsumentów usług turystycznych oraz monitoringu i analiz poprzez m.in. : <ul style="list-style-type: none"> - realizację 8 projektów badawczych związanych między innymi z analizą i monitoringiem pozycji konkurencyjnej Polski

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 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano kwotę 1 875 tys. zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 781 tys. zł
- Środków z Unii Europejskiej 1 092 tys. zł
- Pozostałe przychody POT 2 tys. zł

Cel: Wzrost liczby unikalnych użytkowników odwiedzających rynkowe strony narodowego portalu turystycznego i convention

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.
Liczba unikalnych użytkowników portalu w odniesieniu do roku poprzedniego (w %)	104	115,2

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.:

Działania zrealizowane ze środków statutowych:

- Utrzymanie i administrowanie rozwiązaniem portalowym POT na mocy umowy podpisanej w 2013 roku – rozszerzenie sprzętowe platformy o nowe serwery;
- Aktualizacja systemu zarządzania treścią (CMS) do wersji Joomla 2.5 – serwisy: www.pot.gov.pl, www.pieknywschod.pl, www.zarabiajnaturystyce.pl, www.edenpolska.pl, www.promujmypolskerazem.pl, www.aktualnosciturystyczne.pl, www.poland-convention.pl; w IV kwartale zmodernizowano wszystkie wersje językowo-rynkowe www.polska.travel;
- Zintegrowanie Narodowego Portalu Turystycznego (NPT) z systemem rezerwacyjnym obiektów noclegowych – podpisanie umowy z Booking.com B.V. o udostępnieniu systemu rezerwacyjnego na Narodowym Portalu Turystycznym (NPT);
- Uruchomienie wersji fińskiej serwisu www.puola.travel;
- Zaktualizowanie konkursowego serwisu www.tech.travel.pl pod kątem II edycji Konkursu Tech.Travel Award 2014, którego POT jest Współorganizatorem.

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

- Prowadzono prace przy zarządzaniu i rozwoju platform informacyjnych wchodzących w skład Polskiego Systemu Informacji Turystycznej (NPT, Contact Center, aplikacje mobilne, Infokioski). W wyniku prowadzonych działań m.in. przyłączono 9 kolejnych placówek Informacji Turystycznej do systemu Contact Center, wdrożono nową wersję oprogramowania do zarządzania infokioskami oraz wprowadzono nową wersję aplikacji mobilnej „Planer wycieczek” m.in. na smartphony i tablety;
- Kontynuowano kampanię promocyjną Narodowego Portalu Turystycznego na 6 rynkach (Hiszpania, Włochy, Rosja, Węgry, Ukraina, Czechy, Irlandia);
- Przygotowano dedykowaną na stoły multimedialne aplikację mapową prezentującą zasoby bazy Repozytorium Informacji Turystycznej (RIT);
- Przygotowano aplikacje serwerową i pokazową platformy prezentacyjnej (obsługa rankingów gier, konkursów prowadzonych na różnych urządzeniach prezentacyjnych).

Działanie 6.4.3.3. Utrzymanie i rozbudowa narodowego portalu turystycznego jako elementu Zintegrowanego Systemu Informacji Turystycznej

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.

Wzrost liczby unikalnych użytkowników odwiedzających rynkowe strony narodowego portalu turystycznego i convention poprzez m.in.:

- Zintegrowanie systemów informacji turystycznej: przyłączenie 9 CIT do systemu Contact Center integracja RIT z regionalnymi systemami baz danych, rozwój funkcjonalny i zarządzanie technologiczne RIT, siecią infokiosków oraz Contact Center
- Promocję NPT i realizację kampanii promocyjnej na rynkach zagranicznych w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem”
- Utrzymanie i rozwój funkcjonalny systemu CRM
- Regularną dystrybucję newsletterów

**II. Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2014
w części 34 w układzie zadaniowym za okres od 1 stycznia – 31 grudnia 2014 r.**

Opis realizacji zadania 17.2 Koordynacja realizacji NSRO 2007 – 2013 oraz zarządzanie i wdrażanie programów operacyjnych

Na realizację zadania 17.2 *Koordynacja realizacji NSRO 2007 – 2013 oraz zarządzanie i wdrażanie programów operacyjnych* w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r. wydatkowano łącznie środki w wysokości 2 500 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 2014 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 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: 17.2.7 Wdrażanie PO Innowacyjna Gospodarka

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.*

I. Opis realizacji podzadania: 17.2.7 Wdrażanie PO Innowacyjna Gospodarka

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2014 r. do 31.12.2014 r.:

- Departament Funduszy Europejskich (DFE) realizował wsparcie doradcze i stałe monitorowanie postępów we wdrażaniu projektów. Kontynuowano współpracę z Beneficjentami m.in. w zakresie poprawy jakości dokumentacji poprzez publikację na stronie internetowej kluczowych informacji i wzorów dokumentów, niezbędnych do rozliczenia projektu. Dokonywano również systematycznej weryfikacji wniosków o płatność; poziom certyfikacji wydatków w 2014 roku w tym okresie wyniósł 121 002 242,37 zł;
- Systematycznie weryfikowano wnioski o płatność, sporządzono dyspozycje płatności na rzecz Beneficjentów w kwocie 51 848 985,29 zł za 2014 rok;

- Pracownicy Zespołu ds. kontroli i procedur przeprowadzili w okresie sprawozdawczym 7 kontroli w miejscu realizacji projektów pn. „Uzdrowiska Kłodzkie”, Termy Cieplickie, Hala Stulecia we Wrocławiu, Centrum Dziedzictwa Szkła w Krośnie, Rewitalizacja Kanału Elbląskiego, Szlaki nowej przygody w zabytkowej Kopalni Soli "Wieliczka" oraz Turystyka w siodle.
- Zorganizowano 5 szkoleń dla pracowników Instytucji Wdrażającej;
- W ramach działań promocyjnych w kwietniu br. opublikowano w ogólnopolskim wydaniu Gazety Wyborczej ogłoszenie promującego Dni Otwarte pięciu projektów Działania 6.4 PO IG w ramach kampanii promocyjnej 10-lecia Polski w UE oraz wykonano kalendarze ścienne i książkowe (400 egz.);
- DFE w roku bieżącym opracował i przekazał do Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju obszerny pakiet materiałów związanych z programowaniem wsparcia w ramach PO Polska Wschodnia 2014-2020, w którym POT została uwzględniona jako Instytucja Pośrednicząca.

Warszawa, 20.05.2015r.

PREZES
Polskiej Organizacji Turystycznej

Rafał Szmytka

Dyrektor Biura Finansowego
Główny Księgowy

Hanna Trojanowska