

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

I. Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015 w układzie zadaniowym w części 20 i 40 za okres od 1 stycznia – 31 grudnia 2015 r.

Na realizację zadania 6.4 *Wsparcie i promocja turystyki* w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r. wydatkowano łącznie środki w wysokości **61 662 223,71 zł**, z czego:

- Dotacja podmiotowa (Część budżetowa 40 – Turystyka) **38 995 781,64 zł**
- Środki z Unii Europejskiej (Część budżetowa 20 – Gospodarka) **20 902 987,80 zł**
- Pozostałe przychody POT **1 763 454,27 zł**

Opis realizacji zadania 6.4. W *Wsparcie i promocja turystyki*

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

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Poziom wykorzystania elektronicznych kanałów dystrybucji informacji o atrakcyjności turystycznej Polski oraz o sektorze turystyki w danym roku do roku poprzedniego (w %)	100	120

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

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2015 r. do 31.12.2015 r. wydatkowano kwotę **2 713 119,93 zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **1 862 090,00 zł**
- Środków z Unii Europejskiej **582 160,76 zł**
- Pozostałe przychody POT **268 869,17 zł**

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

Cel jest realizowany przez działania:

- Współpraca z branżą 6.4.1.1.
- Współpraca międzynarodowa 6.4.1.2.

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Poziom wykorzystania elektronicznych kanałów dystrybucji informacji o sektorze turystyki w danym roku do roku poprzedniego (w %)	100	104,5

1. Opis realizacji działania: 6.4.1.1. Współpraca z branżą

Na realizację działania w okresie od 01.01.2015 r. do 31.12.2015 r. wydatkowano kwotę 2 314 958,74 zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 1 467 090,00 zł
- Środków z Unii Europejskiej 582 160,76 zł
- Pozostałe przychody POT 265 707,98 zł

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

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Liczba odbiorców informacji z obszaru turystyki w danym roku do roku poprzedniego (w %)	100	104

Omówienie najważniejszych wydarzeń zrealizowanych ze środków dotacji podmiotowej w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:

Współpraca POT z ROT – LOT, branżą turystyczną i przemysłu spotkań:

- 15 stycznia w Warszawie odbyło się spotkanie 20 regionalnych CBs związane z omówieniem raportu „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce”;
- 18 lutego w Warszawie odbyło się robocze spotkanie kierownictwa POT z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi, Zarządem Forum Informacji Turystycznej oraz branżą turystyczną, w której udział wzięło 25 osób;

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- 4 marca po zakończeniu pierwszego dnia targów ITB'2015 Berlin 100 przedstawiciele branży, samorządu terytorialnego oraz regionalnych organizacji turystycznych wzięło udział w Wieczorze Regionów w Berlinie;
- 16 marca w Warszawie 200 uczestników wzięło udział w konferencji Poland Meetings Destination w ramach Meetings Week Poland 2015;
- 19 marca w Warszawie odbyło się kolejne spotkanie 20 przedstawicieli regionalnych CBs, mające na celu omówienie dalszej współpracy;
- w terminie 25-26 lipca odbył się Festiwal Tradycji Kaszubskich zorganizowany przez Gminę Chmielno, współrealizowany przez POT. W imprezie uczestniczyło 1500 osób;
- w terminie 2-8 sierpnia po raz 72 odbył się wyścig Tour de Pologne. POT od wielu lat współpracuje z Lang Team promując Polskę podczas największej sportowej imprezy w kraju;
- 14 września podczas współorganizowanej z LOT w Spale konferencji „Kulturowa cywilizacyjna tożsamość Polaków” przedstawiciel POT wystąpił z prezentacją dla 120 osobowej publiczności;
- 17 września w Katowicach odbyło się spotkanie 20 miejskich CBx, które zaowocowało ustaleniem szczegółów dotyczących zbierania danych statystycznych, współpracy w ramach stoisk targowych, prezentacji zagranicznych oraz krajowych i zagranicznych spotkań branżowych;
- w dniach 22-23 września po raz VIII odbyło się Forum Turystyczne Państw Bałtyckich w Gdańsku dla 180 uczestników, gdzie podczas warsztatów branżowych m.in. POT przedstawiała możliwości współpracy regionalnej;
- od kwietnia do września w ramach współpracy z Fundacją Polskiego Godła Promocyjnego POT była zaangażowana w organizowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej w Internecie i mediach studenckich konkursu „Teraz Polska Promocja i Rozwój” na najlepszą pracę magisterską dotyczącą konkurencyjności, innowacyjności i promocji Polski;
- 23 września w Malborku odbyły się Ogólnopolskie Obchody Światowego Dnia Turystyki, których gospodarzami byli: MSiT, POT, UM woj. pomorskiego, Pomorska ROT, Burmistrz Malborka oraz dyrekcja Muzeum Zamkowego w Malborku. Spotkanie ponad 200 osób na zamku było okazją do podsumowania działań POT prowadzonych w ramach projektu unijnego „Promujmy Polskę Razem”. POT otrzymała nagrodę „Gryfa Pomorskiego” z okazji przypadającego w tym roku jubileuszu 15-lecia;
- 13 października w Warszawie 60 przedstawicieli branży turystycznej rozmawiało o komercjalizacji produktów turystycznych;
- 17 października w Warszawie odbyła się Gala Sportu i Biznesu – Fundacji im. Feliksa Stamma, propagująca i upowszechniająca ideę sportu i kultury olimpijskiej. W Gali uczestniczyło 200 zaproszonych gości;
- w dniach 26-28 października w Gdańsku dla 120 osób zorganizowano workshop turystyki przyjazdowej Incoming Poland Gdańsk & Pomorskie Region;
- 16-18 listopada 120 osób uczestniczyło w Forum POT-ROT-LOT w Ossie, podczas którego podsumowano wspólne działania na rynku krajowym oraz omówiono dalszą współpracę organizacji. Nieodłączną częścią forum były interaktywne warsztaty i panel dyskusyjny dla LOT oraz warsztaty ROT i ZOPOT;
- 2 grudnia po raz czwarty odbyła się Gala Złote Logo Polska w Teatrze Stanisławowskim. Podczas wydarzenia uhonorowane zostały osoby i instytucje mające znaczący wpływ na promocję Polski. Do grona laureatów w 2015 roku dołączyły znamienite osobowości reprezentujące polską naukę, kulturę,

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

sport czy inne dyscypliny życia publicznego: Andrzej Arendarski, Rafał Olbiński, Gosia Baczyńska, Robert Lewandowski, Paweł Fajdek, Aleksander Doba, Olga Malinkiewicz, TVP Info oraz PGE Narodowy. Nagroda specjalna Złote Logo 15-lecia Polskiej Organizacji Turystycznej została przyznana Muzeum Powstania Warszawskiego. W imprezie uczestniczyło około 200 zaproszonych gości;

- 2-3 grudnia w Krakowie PCB zorganizowało imprezę promocyjną „Wracamy do Ogrodu”, w której udział wzięło 50 osób;
- 7 grudnia obchodzono Mikołajki z rekomendowanymi convention bureaux oraz przedstawicielami hotelarzy i centrów kongresowych, podczas których wręczono 18 nowych rekomendacji. W spotkaniu uczestniczyło 30 osób;
- 12 grudnia to oficjalna data otwarcia Sezonu Zimowego 2015/2016 w Czarnym Groniu. W uroczystości udział wzięło 150 osób;

Współpraca z mediami:

- 5 marca zorganizowano spotkanie przy współpracy z ZOPOT w Berlinie z najważniejszymi niemieckimi mediami. Tematem śniadania prasowego, w którym uczestniczył Podsekretarz w Ministerstwie Sportu i Turystyki, Prezydent Wrocławia, Prezes POT, była promocja Wrocławia jako Europejskiej Stolicy Kultury oraz Mistrzostw Europy w Piłce Ręcznej Mężczyzn;
- 20 marca - konferencję podczas Meeting Week Poland poświęcono prezentacji raportu CB;
- 26 listopada zorganizowano konferencję, na której przedstawiono w jaki sposób zmieniała się turystyka i podejście do promocji na przełomie ostatnich lat. Konferencję dedykowano jubileuszowi 15-lecia Polskiej Organizacji Turystycznej. Podczas spotkania wręczono także dyplomy uznania 11 biurom podróży – zrzeszonym w Forum Turystyki Przyjazdowej, które w tym roku obchodzi jubileusz 25-lecia;
- w dniu 10 grudnia podczas konferencji podsumowano działania POT, jako instytucji wdrażającej Działanie 6.4 Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym POIG 2007-2013.
- Informacje nt. działań POT dystrybuowane były w sposób ciągły poprzez artykuły w Aktualnościach Turystycznych oraz publikacje w mediach branżowych i konsumenckich („Polish Market”, „Brief”, „Rynek Turystyczny”, „Wiadomości Turystycznej”, w dodatku do „Gazety Prawnej – Business Travel” oraz w „Metropolii Zatoki Gdańskiej”). Materiał redakcyjny dedykowany „Polsce na EXPO” ukazał się w lipcowym wydaniu „Rynku Turystycznego”, a także w wrześniowej „Metropolii Zatoki Gdańskiej”. Natomiast na pełnej stronie październikowego wydania „Rynku Turystycznego” zaprezentowano laureatów konkursu na najlepsze produkty turystyczne – certyfikat POT. Artykuły prezentowano zarówno w formie tradycyjnej jak i elektronicznej.
- Regularnie prowadzono aktualizacje serwisu poprzez zamieszczanie artykułów online, wysyłanie maili, newsletterów.

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

Omówienie najważniejszych wydarzeń zrealizowanych ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:

- W ramach kontynuacji kampanii „Promujmy Polskę Razem” opublikowano materiał tekstowo-zdjęciowy nt. działań realizowanych w związku z kampanią promującą polską turystykę na rynku włoskim z wykorzystaniem EXPO 2015 w Mediolanie. Artykuł ukazał się na 4 stronach kolorowego magazynu turystycznego TTG Central Europe;
- W ramach współpracy z Telewizją Polską zrealizowano koprodukcję i emisję materiałów promujących projekt „Promujmy Polskę Razem” poprzez realizację przebiegu wydarzenia „Tydzień Turystyki Polskiej” (18-24.05.2015 r.), podczas Światowej Wystawy EXPO’2015 w Mediolanie, w tym relację z otwarcia Tygodnia Turystyki Polskiej (felieton 5 minutowy), wywiad z prezesem POT oraz realizacja zdjęć pawilonów i eventów w mieście – emisja w poranku TVP INFO, pogody wyjazdowe w 5 regionach (Małopolska, Dolny Śląsk, Lubelskie, Podlaskie, Mazowieckie) - 5 wejść w soboty i niedziele na antenie TVP INFO;
- W ramach kampanii „Promujmy Polskę Razem” redagowano i publikowano w turystycznym serwisie internetowym „Turystyka.rp.pl” materiały dotyczące Tygodnia Turystyki Polskiej podczas EXPO 2015 w Mediolanie;
- Informacje nt. działań podczas EXPO 2015 „Polska na EXPO” ukazały się w sierpniowym nakładzie „Wiadomości Turystycznych”.
- 23 listopada odbyła się konferencja nt. promocji Polski na rynkach azjatyckich, podsumowująca wizerunkowo-produktową kampanię „Lubię Polskę!”. Kampania, którą objęte były trzy kraje: Chiny, Indie i Japonia, miała na celu wzmocnienie działań zachęcających do odwiedzenia naszego kraju.

Działanie 6.4.1.1. Współpraca z branżą

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.

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

- zorganizowano 17 spotkań branżowych, w których uczestniczyło ponad 1600 przedstawicieli branży
- publikowano artykuły w prasie branżowej i konsumenckiej z zakresu turystyki oraz realizowanych projektów
- zorganizowano 5 konferencji prasowych dedykowanych działaniom POT
- materiał filmowy dotyczący Tygodnia Polskiej Turystyki podczas Światowej Wystawy Expo 2015 w Mediolanie
- utrzymano poziom liczby abonentów Aktualności Turystycznych
- wzrosło wykorzystanie mediów społecznościowych (przede wszystkim Facebooka)

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

Opis realizacji działania: 6.4.1.2. Współpraca międzynarodowa

Na realizację działania w okresie od 01.01.2015 r. do 31.12.2015 r wydatkowano kwotę 398 161,19 zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 395 000,00 zł
- Pozostałe przychody POT 3 161,19 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 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Liczba wydarzeń z udziałem POT w danym roku do roku poprzedniego (w %)	100	100

Omówienie najważniejszych wydarzeń zrealizowanych ze środków dotacji podmiotowej w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:

W celu pozyskiwania i wymiany wiedzy poprzez aktywne uczestnictwo w działaniach organizacji międzynarodowych, przedstawiciele POT w okresie od 01.01 do 31.12.2015 roku wzięli udział w 17 spotkaniach i posiedzeniach:

- 15-16 stycznia Baltic Sea Tourism Commission (BTC) – posiedzenie zarządu w Helsinkach;
- 21-22 stycznia posiedzenie zarządu ETC – Bruksela
- 18-22 luty – European Travel Commission (ETC) – grupa robocza ds. badań – Irlandia
- 16-18 luty – podpisanie protokołu V-4 - Słowacja
- 18-20 marca w Meksyku odbyło się posiedzenia zarządu Meeting Professionals International (MPI);
- 22-24 kwietnia Litwa - ETC – posiedzenia zarządu i zgromadzenie ogólne;
- 23 czerwca ETC – posiedzenie zarządu – Bruksela
- 13-15 maja – posiedzenie zarządu MPI – USA
- 18 maja – International Congress and Convention Association (ICCA) - ICCA Chapter Meeting - Niemcy
- 1-4 sierpnia MPI World Educational Congress w San Francisco w USA – posiedzenie zarządu;
- 26-28 sierpnia w Warszawie spotkanie ICCA Central European Chapter Meeting dla 60 osobom dało możliwość połączenia wartości edukacyjnych z wymianą doświadczeń i nawiązaniem nowych kontaktów biznesowych;
- 9-10 września – konferencja i warsztaty ETC- Wiedeń;
- 21-22 września – pierwsze spotkanie marketingowej grupy roboczej ETC;
- 7-9 października – udział w zgromadzeniu ogólnym, posiedzenie zarządu ETC - Serbia;
- 1-4 listopada – ICCA Congress w Argentynie;

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- 10-12 listopada - MPI w USA - udział w spotkaniu zarządu;
- 10-12 grudnia – spotkanie grupy roboczej V-4 w Pilźnie (Czechy) – podsumowanie działań zrealizowanych w 2015 roku oraz opracowanie Planu Marketingowego na 2016 rok.

Działanie 6.4.1.2. Współpraca międzynarodowa
Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Utrzymywano aktywność w międzynarodowych organizacjach i grupach roboczych poprzez m.in. <ul style="list-style-type: none"> – udział przedstawicieli POT w oficjalnych posiedzeniach i pracach zarządu MPI, BTC, ETC oraz w spotkaniach grupy V-4 – aktywny udział przedstawicieli PCB w spotkaniach i konferencjach przemysłu spotkań MPI i ICCA – udział w pracach zarządu BTC, ETC, MPI

II. Opis realizacji podzadania: 6.4.2. Wsparcie produktów turystycznych

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r wydatkowano kwotę **1 869 433,57 zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej 1 652 095,00 zł
- Środków z Unii Europejskiej 198 345,72 zł
- Pozostałe przychody POT 18 992,85 zł

Celem podzadania jest: Powiększenie bazy certyfikowanych produktów turystycznych

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Liczba odbiorców przekazu informacyjno-promocyjnego dostarczanego z wykorzystaniem różnych kanałów przekazu w danym roku do roku poprzedniego (%)	100,5	131

Cel jest realizowany przez działania:

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

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

Opis realizacji działania: 6.4.2.1. Promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych

Na realizację działania w okresie od 01.01.2015 r. do 31.12.2015 r. wydatkowano kwotę 1 530 907,34 zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 1 327 095,00 zł
- Środków z Unii Europejskiej 198 345,72 zł
- Pozostałe przychody POT 5 466,62 zł

Cel: Zwiększenie dostępności informacji o produktach turystycznych na rynku krajowym

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Liczba certyfikowanych produktów w danym roku/narastająco (szt.)	173	175

Omówienie najważniejszych wydarzeń zrealizowanych ze środków dotacji podmiotowej w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:

- W ramach promowania polskich produktów turystycznych, w tym laureatów konkursów EDEN i produktów z certyfikatem POT, zorganizowano Dzień Ekspercki POT dedykowany ROT-om, LOT-om, branży turystycznej i uczestnikom targów oraz prezentację zdjęć certyfikowanych produktów turystycznych na sztalugach, zarówno podczas Targów Turystyki Wypoczynku „Lato” w Warszawie jak i Targów Agrotavel w Kielcach. W kwietniowych imprezach ponad 2500 osób miało okazję zapoznać się z projektami certyfikowanymi POT;
- 8 kwietnia rozpoczęto konferencją prasową dla ponad 80 uczestników, kolejną edycję konkursu na Najlepsze Destynacje Turystycznej EDEN;
- W kwietniu podczas IV Targów „Regionalia” w Warszawie zaprezentowano założenia projektu EDEN 40 uczestnikom;
- 7 kwietnia podczas obchodów Dni Ziemi na Polach Mokotowskich w Warszawie zorganizowano konferencję prasową dedykowaną projektowi EDEN. Ponad 3000 odwiedzających miało możliwość pobrania materiałów promocyjnych POT, EDEN oraz ROT-ów;
- W kwietniu podczas targów „Lato” POT zorganizowała dla 25 osób szkolenie z Social Media dla przedstawicieli produktów certyfikowanych i odwiedzających targi;
- W terminie 27-29 maja zorganizowano spotkanie szkoleniowe kierownictwa POT z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi na Dolnym Śląsku, na którym zainaugurowano Konkurs na Najlepszy Produkt Turystyczny Certyfikat POT. W spotkaniu uczestniczyły 33 osoby;
- 11 czerwca w Warszawie zorganizowano galę wręczenia nagród EDEN. O zwycięstwo w polskiej edycji konkursu EDEN ubiegało się 25 kandydatów. Kapituła oceniała szlaki kulinarne, restauracje, lokale gastronomiczne i hotele wykorzystujące ofertę kuchni regionalnej bądź posiadające ofertę

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

turystyczną związaną z popularyzacją dziedzictwa kulinarnego. Decyzją członków kapituły, zwycięzcą tegorocznej edycji konkursu EDEN, został Szlak Kulinarny „Śląskie Smaki. Laureat otrzymał prawo do posługiwania się logo i tytułem „Najlepsza Europejska Destynacja Turystyczna” oraz do udziału w działaniach promocyjnych Polskiej Organizacji Turystycznej podejmowanych w kraju i za granicą;

- Na przełomie lipca-września na stronach POT ogłoszono konkurs dedykowany szlakowi Żelaznej Kurtyny Euro Vello;
- W okresie kwiecień-grudzień przeprowadzono cykl spotkań szkoleniowych „Wiedza, produkt i współpraca kluczem do sukcesu w turystyce”, które były realizowane w kwietniu w Tczewie wspólnie z Pomorską ROT i zgromadziły 88 uczestników, z Małopolską ROT w czerwcu w Muszynie dla 110 uczestników, z Lubelską ROT w czerwcu w Lublinie dla 44 uczestników, natomiast z Mazowiecką ROT, także w czerwcu w Mościbrodach uczestniczyło 40 osób. Kolejne edycje szkoleń odbyły się we wrześniu w Bydgoszczy, gdzie gospodarzem było województwo kujawsko-pomorskie, następnie w Krasiejowie przy współpracy Opolskiej ROT - połączone z Debatą Regionalną. Szkolenia te charakteryzowała wyjątkowo duża frekwencja - 185 uczestników łącznie. W listopadzie razem z Podkarpacką Regionalną Organizacją Turystyczną szkolenie zorganizowano w Rzeszowie, a udział w nim wzięło 97 przedstawicieli lokalnej branży turystycznej. Spotkania, które wraz z POT przygotowują Regionalne Organizacje Turystyczne są „szyte na miarę” i każdy region ma możliwości wybrać najciekawszą dla siebie tematykę. O ile pierwsza część szkoleń ma za cel poszerzenie wiedzy uczestników, o tyle druga część, czyli panel regionalny, ma w założeniu służyć poszerzeniu wiedzy zarówno POT, jak i pozostałych regionalnych organizacji turystycznych i ich partnerów, potrzebnej do usprawnienia funkcjonowania systemu POT-ROT-LOT. Do końca 2015 roku zrealizowano 7 spotkań szkoleniowych;
- od 17 września do 10 grudnia w telewizji Motowizja, co tydzień emitowano jeden odcinek programu „Motocyklowa Polska” (w sumie 13 odcinków) poświęconego wybranym atrakcjom turystycznym, widzianych oczami motocyklisty. W programie realizowanym przez Grupę Red Star Media uczestniczył POT oraz 16 Regionalnych Organizacji Turystycznych;
- 16 października 350 uczestników wzięło udział w Gali wręczenia Certyfikatów POT, które stanowią rekomendację i gwarancję możliwości spędzenia czasu wolnego w Polsce. W roku 2015 do konkursu zgłoszono 46 produktów turystycznych, z których Kapituła wybrała 10 najlepszych i zakwalifikowała 3 zgłoszenia do nagrody głównej – Złotego Certyfikatu POT. Złoty Certyfikat otrzymała Kopalnia Złota i średniowieczny park techniki w Złotym Stoku;
- w dniach 2-4 listopada w Bratysławie odbyło się spotkanie inauguracyjne Euro Velo 13 – Szlak Żelaznej Kurtyny. W spotkaniu, podczas którego omówiono role poszczególnych partnerów w projekcie, uczestniczyło 25 osób. Natomiast 27 listopada - dzień ekspercki dot. Euro Velo zgromadził 30 uczestników;
- 5 listopada w Łodzi podczas konferencji Kultura i Turystyka „Wokół wspólnego stołu” zorganizowano prezentację dedykowaną projektowi EDEN dla prawie 200 osób;
- 24 listopada w Białymstoku zrealizowano prezentację dla 90 uczestników Podlaskiej Konferencji Ekoturystycznej (przy współudziale PROT oraz UM Podlaskiego);
- 27 listopada podczas TT Warsaw, 30 uczestników wzięło udział w dniu eksperckim dot. EuroVelo;
- 8-10 grudnia w spotkaniu szkoleniowym (Częstochowa – Katowice) dla członków EDEN Polska udział wzięło 17 uczestników;

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- 16 grudnia podczas Gali w Concert Noble w Brukseli, w towarzystwie 110 zaproszonych gości, wręczone zostały nagrody Komisji Europejskiej dla Najlepszych Europejskich Destynacji – EDEN 2015. Tematem przewodnim tegorocznej edycji była „Turystyka i gastronomia”, a laureatem w Polsce został Szlak Kulinaryny „Śląskie Smaki”. Wręczenie nagród było uroczystym zakończeniem konferencji Europejskiego Dnia Turystyki, następnego dnia odbył się EDEN Network Meeting podsumowujący dotychczasowe osiągnięcia sieci projektu;
- Udzielono patronatów i zaprezentowano logotypy POT na materiałach promocyjnych, książkach, folderach, plakatach, banerach w tym na stronach internetowych, ogłoszeniach prasowych m.in. podczas 65 imprez takich jak konferencja naukowo-branżowa „Gospodarka Turystyczne w regionie”- Szklarska Poręba, Międzynarodowy Dzień Przewodnika Turystycznego – Przemysł, Konferencja naukowa „Nowe Trendy w Turystyce” Gdańsk, Plebiscyt Best Hotel Award 2015, „Konferencja kulturowa jako markowy produkt turystyczny miasta i regionu” we Wrocławiu, Konferencja Instytutów i Katedr Turystyki Państwowych Szkół Wyższych pt. „Trendy we współczesnej turystyce” - Warszawa, konkurs pn. „Najlepsze wydarzenia lata 2015” - Warszawa, Aplikacja A2 do Europy, Europejski Złot Carawaningowy Europa Rally – Świdnica, Festyn Turystyczny „Piknik nad Odrą” oraz Targi Turystyczne „Market Tour” – Szczecin, Lubelski Kiermasz Turystyczny – Lublin, Warsztaty turystyczne „Turystyka Medyczna, Zdrowotna” Gdańsk, Festiwal Chlebów Świata – Warszawa, Bydgoski Festiwal Wodny „Ster na Bydgoszcz” – Bydgoszcz, Konferencja Promocja Regionu – Odkrywamy Roztocze Południowe Horyniec Zdrój, Targi Turystyki Weekendowej Atrakcje Regionów - Chorzów i wiele innych;
- Informacje nt. produktów turystycznych ukazywały się w magazynach podróźniczych i informacyjnych w tym w dwumiesięczniku „Świat, Podróże, Kultura” 40 000 nakładu, magazyn pokładowy dystrybuowany w sieci autokarowej Polonus, dwukrotne zamieszczenie artykułów w National Geographic Traveler (nakład 38 600 kwiecień, czerwiec) oraz były publikowane na portalach informacyjno-promocyjnych o charakterze produktowym: Fanpage EDENPOLSKA, newsletter EDEN adresowany do ponad 7000 kont e-mailowych (subskrybenci strony potrawyregionalne.pl), reklama konkursu EDEN na stronie potrawyregionalne.pl, kampania projektu na stronie radiozet.pl, wspomagająca audycję w radiu ZET na temat konkursu, baner na stronie www.aktywniebardzo.pl;
- Na przełomie lipca-września w prasie branżowej: Podróż, Voyager (nakład 50 000), Wiadomości Turystyczne (nakład 96 000) pojawiły się publikacje dedykowane samemu projektowi EDEN;
- W listopadzie w „Magazynie Podróże” (24 000 egzemplarzy) ukazał się artykuł o laureacie konkursu EDEN, natomiast w grudniu internauci mieli okazję czytać sponsorowany artykuł w sekcji onet.gotowanie (1500 estymowanych uu);
- Prowadzono media społecznościowe oraz technicznie obsługiwano konkursy w social mediach dedykowane Green Velo, Piękny Wschód. Zorganizowano także kampanię internetową „Zimowe City Breaks” w mediach społecznościowych, dedykowaną walorom turystycznym w wybranych polskich miastach. W odsłonie zimowej swoją ofertę turystyczną prezentowały: Gdańsk, Kraków, Lublin, Poznań, Toruń, Warszawa i Wrocław.

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

Omówienie najważniejszych wydarzeń zrealizowanych ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:

W ramach kontynuacji kampanii „Promujmy Polskę Razem” na rynku krajowym w roku 2015 ukazało się wiele informacji nt. produktów turystycznych w magazynach podróźniczych i informacyjnych, w tym w Magazynie Kalejdoscope (480 tysięcy czytelników, 35 000 egz.). Magazyn jest dystrybuowany bezpłatnie na pokładzie linii lotniczych LOT.

Działanie 6.4.2.1. Promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych
Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:
Zwiększono dostępność informacji o produktach turystycznych na rynku krajowym poprzez m.in.:
<ul style="list-style-type: none">– promocję polskich produktów turystycznych, w szczególności laureatów konkursów EDEN i produktów z certyfikatem POT– realizację kampanii i działań promocyjnych w ramach konkursu EDEN, konkursu na Najlepszy Produkt Turystycznych, projektu Szlaku Żelaznej Kurtyny, projektów partnerskich, w tym z regionami– emisję 13 odcinków „Motocyklowa Polska” w telewizji Motowizja– organizację 7 z cyklu szkoleń „Wiedza, produkt i współpraca kluczem do sukcesu w turystyce”– publikowano artykuły w prasie specjalistycznej (podróźniczej)– prowadzono działania w Internecie w formie konkursów– przyznanie patronatów i logotypów 65 imprezom– 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 01.01.2015 r. do 31.12.2015 r wydatkowano kwotę 338 526,23 zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 325 000,00 zł
- Pozostałe przychody POT 13 526,23 zł

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

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Liczba podmiotów w konsorcjach i programach certyfikacyjnych w danym roku do roku poprzedniego (%)	103	103,5

Omówienie najważniejszych wydarzeń zrealizowanych ze środków dotacji podmiotowej w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:

- 25 marca przedstawiciel POT poprowadził panel dyskusyjny dotyczący konsorcjum „Zdrowie i Uroda” dla 70 uczestników Europejskiego Kongresu SPA;
- w terminie 17-19 kwietnia podczas Targów Lato, Konsorcjum „Polskie Szlaki Kulinarne” zorganizowało warsztaty kulinarne – live cooking na stoisku POT, angażujących publiczność Targów. Wydarzenie było okazją do zaprezentowania Śląskich Smaków oraz atrakcji turystycznych Śląska. W ramach prac Konsorcjum „Zdrowie i Uroda” zorganizowano konkurs na najlepsze polskie SPA&Wellness, przedstawiciel POT zasiadał w kapitule konkursowej;
- w dniach 19-22 maja odbył się Europejski Kongres Uzdrowisk ESPA, w trakcie którego w ramach prac Konsorcjum „Zdrowie i Uroda” POT przybliżyła temat „Kurorty i uzdrowiska w Polsce” blisko 100 uczestnikom. Natomiast prezentacji POT „Konsorcjum Zdrowie i Uroda jako przykład współpracy oraz kreowania wizerunku kurortów i uzdrowisk” wysłuchało 85 uczestników kongresu;
- 28-30 września dla 60 osobowego audytorium prezentowano turystykę uzdrowiskową i zdrowotną podczas Kongresu Uzdrowisk Polskich w Inowrocławiu;
- 6 czerwca Konsorcjum „Polskie Szlaki Kulinarne” prezentowało swoją działalność podczas Festiwalu Śląskie Smaki;
- w terminie 25-26 lipca na Zamku w Liwie podczas Turnieju Smaków pod nazwą „Wielki gościniec Litewski” promowano Konsorcjum „Polskie Szlaki Kulinarne”;
- podczas targów Agrotavel 9-11 kwietnia POT zorganizowała konferencja prasową dedykowaną konsorcjum „Wypoczywaj na wsi” oraz dzień ekspercki pt. „Jak pozyskać klienta w sektorze turystyki wiejskiej” dla 50 osób;
- 13 maja odbyła się konferencja dotycząca promocji turystyki na obszarach wiejskich – spotkanie przy współudziale Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi;
- 24 czerwca powołano konsorcjum „Wypoczywaj na wsi”, które na pierwszym miejscu stawia promowanie aktywnego wypoczynku na terenach wiejskich oraz zwiększenie zainteresowania kulinarnymi produktami turystycznymi opartymi na kuchni regionalnej i produktach tradycyjnych, a także ich promocji wśród turystów krajowych i zagranicznych. Prace założycielskie w porozumieniu z MRiRW trwały od 1 stycznia, w ramach których odbywały się spotkania m.in. z przedstawicielami „Hitów Turystyki Wiejskiej”;

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- 11-12 września 100 uczestników Festiwalu Żurawiny w Kościerzynie miało możliwość zapoznania się z działaniami Konsorcjum „Polskie Szlaki Kulinarne”;
- 15-17 września odbyło się Sympozjum Turystyki Wiejskiej – Korytnica 2015 „Innowacyjność w turystyce wiejskiej a nowe możliwości zatrudnienia na obszarach wiejskich”. Podczas sympozjum przedstawiciel POT wystąpił z prezentacją dla 90 osób.
- 2 października odbyło się spotkanie robocze 10 przedstawicieli Konsorcjum „Odpoczywaj na wsi”;
- 16 października podczas Międzynarodowych Targów Turystycznych Tour Salon zorganizowano Dzień Ekspercki POT warsztatowo-szkoleniowy „Podróżuj globalnie – smakuj lokalnie”, przybliżający doświadczenia konsorcjum „Polskie Szlaki Kulinarne” 80 słuchaczom. Warsztaty pokazywały jak przygotować ofertę turystyki kulinarnej dla turystów z całego świata, w czasie spotkania omówiono najnowsze trendy z dziedziny food travel, a także globalne tendencje rozwoju turystyki kulinarnej;
- 19 października odbyły się konsultacje dot. promocji usług prozdrowotnych na rynkach zagranicznych, w których uczestniczyło 8 konsorcjantów „Zdrowie i Uroda”. Konsultacje miały na celu zaopiniowanie promocji usług prozdrowotnych w nowym projekcie promocji polskiej gospodarki na rynkach zagranicznych. POT będzie partnerem w realizacji powyższego programu, promując turystykę prozdrowotną na 6 rynkach poza unijnych, na których jest największa szansa na pozyskanie klienta;
- 4-5 listopada prezentowano Konsorcjum „Polskie Szlaki Kulinarne” podczas konferencji Kultura i Turystyka – wokół wspólnego stołu” w Łodzi. W konferencji uczestniczyło ponad 230 osób;
- 24-25 listopada podczas konferencji Hotel & Tourism Trend 2015 przedstawiciel POT przybliżył działania konsorcjum „Zdrowie i Uroda” 350 osobowej publiczności;
- 2 grudnia odbył się konkurs na „Najpiękniejsze Polskie SPA 2015”, w którym czynny udział brali uczestnicy konsorcjum „Zdrowie i Uroda”, natomiast przedstawiciel POT zasiadał w Kapitulie Konkursowej. Do konkursu zgłoszone zostały 163 obiekty – hotele SPA i day SPA z całej Polski, do finału trafiło 36 obiektów, z których kapituła wybrała 12 laureatów. W gali konkursu uczestniczyło 200 osób;
- 11-13 grudnia to okres, w którym ponad 1000 osób odwiedziło Slow Food Festiwal – Terra Madre w Krakowie, gdzie zorganizowano stoisko promocyjne z ofertą przedstawicieli konsorcjum „Polskie Szlaki Kulinarne”.

W ramach współpracy z centrami informacji turystycznej:

- 24 lutego współorganizowano konferencję „Gospodarka Turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca.” W konferencji uczestniczyło 80 osób;
- na portalu społecznościowym Facebook zorganizowano konkursy „Walentynkowy” oraz „Wielkanocny z jajem”. Oba konkursy cieszyły się zainteresowaniem i wygenerowały dużą ilość odsłon;
- 16 kwietnia podczas spotkania z 7 osobowym Zarządem FIT poruszano zagadnienia związane z konkursem na najlepsze IT;

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- 23 kwietnia odbyło się spotkanie szkoleniowe dla punktów i centrów „it” z woj. warmińsko-mazurskiego „Możliwości wykorzystania nowych technologii w promocji lokalnych atrakcji turystycznych” – udział POT na zaproszenie ROT, w którym udział wzięło ok. 40 osób;
- 16 czerwca w Wiadomościach Turystycznych ukazał się materiał szkoleniowy „IT to zdecydowanie więcej niż informacja”;
- 18 czerwca miało miejsce szkolenie dla punktów i centrów „it” realizowane w ramach umowy POT-Podlaska ROT (udział POT – szkolenie / prezentacja nt. wykorzystania Internetu w działalności informacji turystycznej) dla 50 osób;
- 18-19 i 22-23 czerwca kolejne szkolenia dla punktów i centrów „it” w woj. śląskim w ramach porozumień POT-ROT Brenna, Kroczyce. W sumie przeszkolono 100 osób;
- 11 czerwca odbyło się posiedzenie Kapituły ds. Turystycznych Znaków Drogowych. Zaakceptowano oznakowanie Ratusza Tarnów. Wystosowano pismo do MIiR w sprawie oznakowania Muzeum w Nieborowie i Arkadii;
- na przełomie lipca-września internauci brali udział w Konkursie na najlepszą dekorację centrum IT, stworzenie mema, grafiki, piosenki czy też filmiku zapraszającego turystów do odwiedzenia miasta/miejscowości. Głosowanie odbywało się na Facebooku;
- 17 lipca, następnie 21 września odbyły się warsztaty branżowe, podczas których reaktywowano zespół ds. Informacji Turystycznej i omawiano zmiany regulaminów certyfikacji IT i konkursu na najlepsze IT;
- 15 października – rozstrzygnięto konkurs na najlepsze centrum informacji turystycznej podczas targów Tour Salon – 10 laureatów;
- 23-24 listopada w woj. lubelskim odbyło się szkolenie 60 pracowników IT w ramach wspierania Polskiego Systemu Informacji Turystycznej pt. „Podniesienie kompetencji pracowników informacji turystycznej z zakresu profesjonalnej obsługi klienta oraz możliwości pozyskiwania dotacji zewnętrznych”;
- 30 listopada w Warszawie odbyło się szkolenie dla 50 pracowników IT mające na celu „Podniesienie kompetencji informatorów turystycznych oraz jakości obsługi turystów ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb osób niepełnosprawnych”;
- 2-4 grudnia w Hławie podczas posiedzenia Zarządu Forum Informacji Turystycznej oraz Walnego Zgromadzenia Forum Informacji Turystycznej, przeprowadzono warsztaty z zakresu obsługi klienta oraz blok merytoryczno-dyskusyjny nt. współpracy informacji turystycznej. W spotkaniach uczestniczyło 50 osób;
- 16-22 grudnia przeprowadzono internetowy Konkurs na Najbardziej Świąteczne Centrum IT (stworzenie mema, grafiki, piosenki, filmiku zapraszającego turystów do odwiedzenia miasta i jednocześnie promującego własny punkt informacji turystycznej), konkurs rozstrzygnięto 31 grudnia;

W ramach działań Programu Ambasadorów Kongresów Polskich (AKP) odbywały się cykliczne spotkania:

- 31 marca w Gdańsku podczas spotkania w ramach konferencji „Trendy w turystyce” przeprowadzono prezentację dla 200 uczestników wydarzenia,
- 1 czerwca z informacją o AKP zwrócono się do ponad 200 uczestników konferencji *European Hospitality and Healthcare Federation (HOPE)*,

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- 3 czerwca miało miejsce posiedzenie kapituły programu AKP, którego efektem był wybór 20 nowych Ambasadorów Kongresów Polskich, promujących Polskę jako miejsce organizacji międzynarodowych spotkań i kongresów,
- 17 września w Katowicach w spotkaniu Gali Programu AKP udział wzięło 200 osób, z których 20 otrzymało dyplom Honorowego Ambasadora;
- 1 grudnia w siedzibie POT odbyło się spotkanie Kapituły Programu AKP;
- 16 grudnia we Wrocławiu reprezentanci świata nauki, lokalnego samorządu oraz lokalnej branży spotkań uczestniczyli w spotkaniu Programu AKP.

W ramach programu Rekomendacji Profesjonalnych Organizatorów Kongresów oraz Programu Rekomendacji Organizatorów Podróży Motywacyjnych:

- 7 grudnia w Warszawie odbyło się spotkanie powyższych certyfikowanych organizacji. W spotkaniu udział wzięło 50 osób.

Działanie 6.4.2.2. Wspieranie rozwoju konkurencyjnych produktów turystycznych

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.

W ramach wsparcia produktów turystycznych, prowadzono m.in.:

- zadania w obszarze informacji turystycznej (420 certyfikowanych punktów i centrów informacji turystycznej) – szkolenia, prezentacje dla ponad 500 osób oraz konkursy
- koordynowano działania 3 konsorcjów produktowych, w tym powołano nowe konsorcjum „Wypoczywaj na wsi” (72 podmioty zrzeszone w konsorcjach)
- promocję konsorcjów podczas szkoleń i konferencji, w których uczestniczyło ponad 1400 osób, a także podczas imprez masowych
- promowano i koordynowano działania programu Ambasadorów Kongresów Polskich, podczas 6 zorganizowanych spotkań dla ponad 600 osób
- prowadzono certyfikację podmiotów w ramach programów certyfikacji organizatorów kongresów i konferencji oraz organizatorów podróży motywacyjnych (31 certyfikowanych organizatorów)
- zainicjowano program certyfikacji dla regionalnych biur convention

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

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r wydatkowano kwotę **57 079 670,21 zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej 35 481 596,64 zł
- Środków z Unii Europejskiej 20 122 481,32 zł
- Pozostałe przychody POT 1 475 592,25 zł

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

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Liczba odbiorców przekazu marketingowego w danym roku do roku poprzedniego na rynkach zagranicznych (%).	100,5	127,2

Cel jest realizowany przez działania:

- Planowanie i prowadzenie działań marketingowych 6.4.3.1.
- Prowadzenie badań marketingowych w turystyce 6.4.3.2.
- Utrzymanie i rozbudowa narodowego portalu turystycznego jako elementu Zintegrowanego Systemu Informacji Turystycznej 6.4.3.3.

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

Na realizację działania w okresie od 01.01.2015 r. do 31.12.2015 r. wydatkowano kwotę 54 435 509,31 zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 33 571 896,64 zł
- Środków z Unii Europejskiej 19 683 261,27 zł
- Pozostałe przychody POT 1 180 351,40 zł

Cel: Utrzymanie efektywności działań marketingowych prowadzonych przez POT

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Liczba zrealizowanych przedsięwzięć na rynkach zagranicznych w odniesieniu do roku poprzedniego (%)	100	106,7

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

Omówienie najważniejszych wydarzeń zrealizowanych ze środków dotacji podmiotowej w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:

W omawianym okresie zorganizowano polskie stoiska narodowe na imprezach targowych, na których promowano przede wszystkim turystykę miejską i kulturową. Główne imprezy targowe to:

- Vakantiebeurs Utrecht (13-18 stycznia) 7 wystawców, ponad 117 000 odwiedzających,
- FITUR w Madrycie (28 stycznia – 2 luty) z 10 wystawcami i ponad 213 000 odwiedzających,
- IMTM w Tel Awiwie (10-11 luty), podczas których nawiązano kontakty z 50 podmiotami izraelskiej branży turystycznej, przeprowadzono prezentacje promujące turystykę aktywną, kulturową, spa/wellness dla przedstawicieli branży i dla dziennikarzy, targi odwiedziło ponad 25300 osób, w tym 15400 profesjonalistów;
- ITB w Berlinie (4-8 marca) wśród kilkudziesięciu polskich wystawców znalazło się 15 Regionalnych Organizacji Turystycznych, które razem z POT promowały city breaks, turystykę aktywną, wydarzenia kulturalne, Spa & Wellness, kuchnię polską. W 2015 roku polskie stoisko narodowe zmieniło aranżację i sposób prezentacji oferty turystycznej. Mocnym akcentem były Mistrzostwa Europy w Piłce Ręcznej Mężczyzn, których Polska jest gospodarzem w 2016 roku;
- MITT w Moskwie (18-21 marca) z przeszło 32 000 odwiedzającymi;
- IMEX Frankfurt (19-21 maja) na targach branżowych przemysłu spotkań na Polskim Stoisku Narodowym znalazło się 10 podwystawców, natomiast wizytujących ponad 14 000;
- targi ITB Asia w Singapurze (21-23 października) przedstawiciel POT brał udział w targach w ramach współpracy z krajami Grupy Wyszehradzkiej V-4 (100 osób);
- IMEX America (13-15 października) na stoisku narodowym odbyło się ponad 60 zaplanowanych indywidualnych spotkań. Polskę reprezentowali: Centrum Kongresowe ICE Kraków, Jan Pol DMC Poland, Kraków Convention Bureau oraz Poland Convention Bureau POT;
- IBTM (17-19 listopada) – podczas dni targowych PCB POT odbyło 50 indywidualnych spotkań, a ponad 60 osób obecnych było podczas grupowych prezentacji;
- targi WTM (2-5 listopada) w Londynie stworzyły możliwość prezentacji polskiego produktu turystycznego nie tylko POT, ale także 4 regionom i 9 podmiotom branżowym. Motywami przewodnimi polskiego wystąpienia były: city breaks, turystyka aktywna, wydarzenia kulturalne, golf oraz Wellness & SPA. Na stoisku prezentowane były także dwie mocne kotwice medialne, którymi w 2016 roku są XXXI Światowe Dni Młodzieży w Krakowie oraz Wrocław Europejską Stolicą Kultury 2016. 4 listopada na stoisku targowym odbyło się spotkanie z dziennikarzami i branżą turystyczną – Networking Party.

W ramach 35 projektów rynkowych prowadzonych przez Zagraniczne Ośrodki POT oraz POT Warszawa zrealizowano:

- szereg imprez promocyjnych, warsztatów branżowych, wystaw i konferencji prasowych, w których wzięło udział ponad 13 tys. uczestników;
- działania z wykorzystaniem mediów tradycyjnych typu prasa i radio;
- działania o charakterze wizerunkowym o dużym zasięgu z wykorzystaniem reklamy zewnętrznej;

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- działania z wykorzystaniem mediów elektronicznych: serwisów rynkowych, portali społecznościowych, systemów mailingowych;
- 79 podróży studyjnych i prasowych, w których uczestniczyło 96 touroperatorów i 193 dziennikarzy, dodatkowe 3 podróże dla 30 uczestników zorganizowało PCB POT;
- XII Polsko-Rosyjskie Forum Turystyczne „Eto Polska!” (2-6 listopada) z udziałem 40 przedstawicieli biur podróży z całej Rosji oraz 50 przedstawicieli polskiej branży (biura, hotele, obiekty, atrakcje). Tegoroczne spotkanie poświęcone było promocji atrakcji turystycznych regionu Warmii i Mazur i były znakomitą okazją do nawiązania kontaktów handlowych i wymiany doświadczeń;
- zadania z zakresu dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych.

W ramach współpracy z krajami Grupy Wyszehradzkiej V-4 przedstawiciel POT brał udział oraz przeprowadzał prezentacje podczas warsztatów, roadshow dla branży i przedstawicieli mediów związanych z branżą turystyczną:

- roadshow w Korei Płd. - Busan i Seul, dot. rozszerzenia oferty na Polskę (86 lokalnych biur turystycznych);
- warsztaty w Białorusi - Mińsk prezentujące turystykę miejską, kulturową, aktywną, atrakcje poszczególnych regionów - (59 lokalnych biur);
- roadshow w Kazachstanie - Astana i Almata (54 lokalnych biur);
- roadshow w Rosji - Murmańsk i Pietrozawodsk (64 lokalnych biur);
- roadshow w Chinach i na Tajwanie (w sumie 300 osób);
- roadshow w Rosji – dedykowany turystyce kulturowej, spa/wellness Jekaterinburg-Ufa-Perm (180 osób);
- roadshow w Rosji – dedykowany turystyce kulturowej, spa/wellness / Rostov na Done-Krasnodar-Soci (150 osób);
- roadshow Filipiny, Indonezja, Malezja – dedykowany turystyce kulturowej i miejskiej / Manila – Dżakarta – Tajpej (240 osób);
- roadshow Meksyk, Kolumbia, Peru, Brazylia, Argentyna – turystyka kulturowa i miejska/ Meksyk – Bogota – Lima – Sao Paolo – Buenos Aires (400 osób);
- roadshow Indie – turystyka kulturowa i miejska / New Delhi – Bangalore – Mumbai (240 osób);
- kampania promocyjna w ramach Signature Travel Network w USA – turystyka kulturowa i miejska, aktywna, spa/wellness (6 000 osób).

Przedstawiciele PCB POT w omawianym terminie uczestniczyli w:

- konferencji European Meetings & Events Conference stowarzyszenia Meeting Professionals International (1-3 lutego), w której uczestniczyło ponad 400 reprezentantów branży spotkań z całego świata;
- podczas inauguracji Meetings Week Poland (16 marca) zaprezentowano, opracowanego już po raz szósty przez Poland Convention Bureau POT, raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce - Poland Meetings and Events Industry Report 2015”;
- Travel Show B2B Business Edition w Szwecji w Sztokholmie (12 marca), podczas którego dokonano prezentacji dla 200 uczestników,

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- prezentacja Polski jako destynacji goszczącej konferencję EASM 2016 dla 40 osób podczas spotkanie zorganizowanego w Belgii przy współpracy z Ambasadą Polski dla 15 osób (26 marca),
- międzynarodowych targach przemysłu spotkań IMEX we Frankfurcie (19-21 maja), podczas których odbyto około 60 indywidualnych spotkań oraz dokonano prezentacji dla 70 osobowej grupy;
- Meet the Bidder (23 czerwca) w Warszawie - dla 50 osób przeprowadzono warsztaty branżowe „Convention Bureau w Warszawie”;

Wśród dystrybuowanych przez POT materiałów znalazły się wydrukowane w 2015 roku broszury promocyjne oraz ulotki „MS Piłka Ręczna” w wersji polsko-angielskiej po 50 000 szt., wznowione niemieckojęzyczne wydawnictwo promocyjne „Polska” i „Najważniejsze atrakcje turystyczne”, po 6 000 egzemplarzy, „Polska, religie, obrzędy i tradycje” po 5 000 szt. w 5 wersjach językowych: angielskiej, niemieckiej, włoskiej, francuskiej, hiszpańskiej oraz „Smaki Polski” po 5 000 szt. w wersjach: francuska, niderlandzka, niemiecka.

Omówienie najważniejszych wydarzeń zrealizowanych ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:

- W ramach kampanii promocyjnej na rynkach europejskich w projekcie „Promujmy Polskę Razem” kontynuowano kampanię na rynku włoskim podczas Światowej Wystawy Expo 2015 w Mediolanie. Dla POT wystawa EXPO była doskonałą okazją do zaprezentowania walorów turystycznych Polski podczas organizowanego wraz z regionami Tygodnia Polskiej Turystyki (TPT). Oprócz działań organizowanych w polskim pawilonie zrealizowano: prezentację polskiej turystyki podczas oficjalnej konferencji zapraszającej na aktywności promocyjne organizowane w przestrzeni miejskiej Mediolanu podczas Expo 2015 (7 maja), emisję spotu w kanałach telewizji włoskiej (15 -30 maja 2015), kampanię outdoorowa na tramwajach Siretto i Eurotram, na których zaprezentowano turystyczne produkty promowane podczas wystawy (outdoor trwał do września 2015 r.), działania w Internecie: tradycyjną kampanię display na wielu portalach, a także advertoriale, działania na FB i prezentację krótkich form filmowych na kanale YouTube, prezentację 50 fotogramów z najpiękniejszymi widokami z Polski wyeksponowana na deptaku Via Dante – centralnej ulicy miasta. Wykorzystano także strefę turystyki kulturowej i aktywnej w mieście: poświęconą promocji turystyki aktywnej i w obszarach naturalnego środowiska (Green Velo, Podlasie, Warszawa z perspektywy Wisły) oraz turystyce kulturowej (Lublin – Festiwal Sztukmistrzów, Wrocław – Europejska Stolica Kultury 2016 i Kraków – Światowe Dni Młodzieży 2016). W trakcie TTP realizowane były również badania, które pozwolą m.in. na ocenę zrealizowanych działań oraz weryfikację opinii Włochów na temat Polski;
- W okresie od lipca do września, w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem” POT zorganizowała na Wystawie Światowej EXPO w Mediolanie „Tygodnie Regionów”. Przez 9 tygodni w Pawilonie Polski odbywały się działania promocyjne realizowane we współpracy z prezentującymi się regionami. W ramach tych działań zaaranżowana została przestrzeń przed Pawilonem Polski – parasole w kształcie drzew jabłoni - strefa chillout z mgiełką wodną, ławami do siedzenia, stolikami, food budka z polskimi przekąskami i napojami. Przed Pawilonem odbywały się także występy artystyczne – wokalne, taneczne, akrobatyczne

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

i muzyczne oraz świetlno-muzyczne. Przestrzeń stanowiła doskonale tło dla działań promocyjnych, wzbogacona wieloma materiałami graficznymi, przestrzennymi, pokazami kulinarnymi, które efektywnie wzajemnie się uzupełniały promując przez kolejne tygodnie wybrane regiony. W tym samym czasie zorganizowano kampanię outdoorową – po Mediolanie jeździły tramwaje (Eurotram i Siretto) obrandowane grafikami kampanii „Polska. Come and find your story”, natomiast w telewizji (kanały RAI) emitowano spot promocyjny; we wrześniu zrealizowana została kampania promocyjna w prasie drukowanej obejmująca wysokonakładowe dzienniki i tygodniki włoskie

- W ramach projektu „Promujmy Polskę Razem” przygotowano cztery reportaże filmowe pokazujące miasta: Warszawa, Kraków, Wrocław oraz powyższe miasta – mix. Filmy zamieszczono na kanale You Tube POT oraz na poland.travel;
- Kontynuowano kampanię promocyjną na rynkach azjatyckich w ramach projektu „Lubię Polskę!”;
- W drugiej połowie września w ramach projektu „Lubię Polskę!” kampania display w internecie przybliżyła turystykę miejską, a w szczególności obiekty Unesco indyjskim, chińskim i japońskim turystom. W tym samym czasie realizowano kampanię w mediach społecznościowych;
- W 26 podróżach studyjnych i prasowych zorganizowanych w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem” udział wzięło 19 touroperatorów i 44 dziennikarzy, a w 9 podróżach w ramach projektu „Lubię Polskę!” - 14 touroperatorów i 18 dziennikarzy;
- Na potrzeby PPR EXPO w Mediolanie została wydana „Mapa Polski Z-card” w ilości 200 000 egzemplarzy w wersji włoskiej, angielskiej i niemieckiej;

Działanie 6.4.3.1. Planowanie i prowadzenie działań marketingowych

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.

Utrzymanie efektywności działań marketingowych prowadzonych przez POT, poprzez m.in.:

- organizację stoisk narodowych na 10 imprezach targowych
- przeprowadzenie warsztatów branżowych, imprez promocyjnych i prezentacji dla ponad 13 tys. przedstawicieli branży zagranicznej
- realizację imprez promocyjnych, w tym XII Polsko-Rosyjskiego Forum Turystycznego „Èto Polska!”
- realizację 117 podróży studyjnych i prasowych dla 414 uczestników
- kontynuację kampanii promocyjnej na rynku włoskim oraz działań promocyjnych w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem”
- kontynuację kampanii promocyjnej na rynkach azjatyckich w ramach projektu „Lubię Polskę!”
- organizację Tygodnia Polskiej Turystyki podczas Światowej Wystawy Expo 2015 w Mediolanie
- organizację 9 „Tygodni Regionów” na Expo 2015 w Mediolanie
- przygotowanie reportaży filmowych o polskich miastach: Warszawa, Kraków, Wrocław w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem”
- przeprowadzenie działań z wykorzystaniem mediów tradycyjnych, głównie reklamy

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

w prasie

- wykorzystanie reklamy zewnętrznej w działaniach promocyjnych
- komunikację z wykorzystaniem kanałów elektronicznych m.in. rynkowych serwisów polska.travel, newsletterów, platform społecznościowych
- aktywny udział przedstawicieli PCB w spotkaniach, seminariach i konferencjach przemysłu spotkań
- aktywny udział przedstawiciela POT w warsztatach i roadshow w ramach współpracy z krajami Grupy Wyszehradzkiej V-4
- przygotowanie i 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 01.01.2015 r. do 31.12.2015 r wydatkowano kwotę 894 785,68 zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 326 700,00 zł
- Środków z Unii Europejskiej 439 220,05 zł
- Pozostałe przychody POT 128 865,63 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 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Liczba projektów badawczych zrealizowanych w danym roku (szt.)	8	8

Omówienie najważniejszych wydarzeń zrealizowanych ze środków dotacji podmiotowej w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:

- Wydano raport pt. „Przemysł Spotkań i Wydarzeń w Polsce 2015” - współpraca z wszystkimi regionalnymi biurami marketingu miejsc (jedenaście regionów), rekomendowanymi organizatorami kongresów oraz podróży motywacyjnych, obiektami oraz uczelniami wyższymi umożliwiła zebranie danych z piętnastu województw, kilkudziesięciu obiektów i dała szansę dokonania analizy 18820 spotkań i wydarzeń;

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- Na potrzeby przyszłorocznego „Raportu Przemysłu Spotkań i Wydarzeń w Polsce 2016” wykonano trzykrotne badanie profilu uczestnika podczas konferencji organizowanych 5-6 listopada w EXPO Kraków, 20-21 listopada w ICE Kraków oraz 26-27 listopada w ICE Kraków;
- Przez cały rok zbierano dane (ankiety na stronach .travel) do badania wizerunku Polski jako destynacji turystycznej oraz preferencji w zakresie przyjazdu do Polski/wypoczynku w Polsce. Zbiory za 2015 rok są w trakcie opracowania; na ich podstawie przygotowane zostaną dwa raporty: opinie turystów zagranicznych i opinie turystów krajowych;
- Zakupiono dostęp do bazy danych Travel and Tourism Intelligence Center. Baza wykorzystywana jest do analiz o charakterze strategicznym, analiz poszczególnych rynków, a także w bieżących pracach POT;
- Opracowano raport pt. „Frekwencja w atrakcjach turystycznych w 2014 roku. Celem pracy było m.in. wytypowanie atrakcji o aktualnie największej frekwencji oraz tych z największym potencjałem przyciągania turystów w przyszłości;
- Zakończono realizację prac badawczych i opracowań: III etap Indeksu konkurencyjności, Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej 2015, raport z badania ankietowego nt. komercjalizacji polskiej oferty turystycznej, analiz rynków turystyki przyjazdowej: USA, krajów nadbałtyckich (Litwa, Łotwa, Estonia), Białorusi, Słowacji, Chorwacji i Argentyny;
- Na bieżąco wprowadzane były dane statystyczne do systemu TourMIS oraz przekazywano dane i informacje do organizacji międzynarodowych.

Omówienie najważniejszych wydarzeń zrealizowanych ze środków europejskich w ramach Działania 6.3 PO IG w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:

- W sierpniu 2015 r. wykonawca badań na rynku włoskim – ARC Rynek i Opinia Sp. z o.o., przekazał raport końcowy z badań prowadzonych podczas Tygodnia Turystyki Polskiej na wystawie EXPO 2015 w Mediolanie. W maju rozpoczęto monitoring włoskich mediów i realizowano wywiady z odwiedzającymi polski pawilon i imprezy promocyjne; w czerwcu realizowano etap badania ankietowego CAWI. Raport końcowy, zawierający wyniki wszystkich etapów badania, został przyjęty bez zastrzeżeń. Wykonawca zaprezentował również wyniki badania w siedzibie Polskiej Organizacji Turystycznej;
- W maju zakończono wykonanie kolejnej fali badania Mystery Client w placówkach informacji turystycznej w całej Polsce. Celem badania jest monitoring jakości obsługi w placówkach IT i uzyskanie danych do wskaźnika „jakość dostarczonej informacji”. W 2015 roku „Tajemniczy klient” nawiązywał kontakt z placówkami IT wyłącznie za pośrednictwem poczty elektronicznej, korespondencja w językach polskim i angielskim. Raport przyjęto bez zastrzeżeń, zaplanowane wartości wskaźników zostały wykonane;
- Wykonawca badania satysfakcji turystów krajowych i zagranicznych – PBS Sp. z o.o., zakończył we wrześniu realizację tegorocznego fali badania. Ankieterzy rekrutowali respondentów do badania na obszarze całej Polski. Po powrocie turystów do miejsca zamieszkania wysyłane były do nich drogą elektroniczną ankiety CAWI, zawierające pytania o ocenę różnych aspektów wyjazdu. Wyniki po raz kolejny potwierdzają wysoki poziom zadowolenia z pobytu w Polsce zarówno obcokrajowców, jak i polskich turystów. Raport końcowy z badania został przyjęty bez zastrzeżeń.

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

Działanie 6.4.3.2. Prowadzenie badań marketingowych w turystyce
Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 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"> – zakończenie realizacji 8 projektów badawczych związanych z analizą rynków turystyki przyjazdowej oraz raportu Przemysł Spotkań i Wydarzeń w Polsce 2015; – przyjęcie i upublicznienie na stronie www.pot.gov.pl raportu końcowego z badań skuteczności kampanii promocyjnej na rynku włoskim, prowadzonych w związku z Wystawą Światową EXPO 2015; – wprowadzanie danych do systemu TourMIS i przekazywanie danych do organizacji międzynarodowych.

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 01.01.2015 r. do 31.12.2015 r. wydatkowano kwotę **1 749 375,22 zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **1 583 000,00 zł**
- Pozostałe przychody POT **166 375,22 zł**

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

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.
Liczba unikalnych użytkowników portalu w odniesieniu do roku poprzedniego (w %)	104	112

Omówienie najważniejszych wydarzeń zrealizowanych ze środków dotacji podmiotowej w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.:

- a) W ramach administrowania portalami prowadzone były prace związane z utrzymywaniem i administrowaniem rozwiązaniem portalowym POT, w tym:
- w ramach rozwoju infrastruktury rozwiązania portalowego zostały zakupione, zainstalowane i skonfigurowane 2 dodatkowe serwery,

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- realizowano zgłoszenia z systemu zgłoszeniowego w ramach prac zleczanych w trybie on-demand, między innymi dodawano nowe funkcjonalności do serwisów, optymalizowano ustawienia konfiguracyjne, realizowano bieżące wsparcie techniczne dla wszystkich redaktorów serwisów, naprawiano zgłaszane błędy w działaniu systemu, itp.
- wykonano integrację z systemami rezerwacyjnymi na NPT: e-Bilet, EuroBus, fru.pl, Carnet,
- tworzono dedykowane sekcje oraz nowe moduły funkcjonalne na różnych wersjach językowych NPT, m.in. utworzono sekcję Expo Mediolan na włoskiej wersji NPT, sekcję WTM 2015 na brytyjskiej wersji NPT, sekcję FITUR 2016 na hiszpańskiej wersji NPT, przygotowano i uruchomiono moduł kontekstowo powiązanych artykułów, slider logotypów dla systemów rezerwacyjnych, zmieniono moduł dla mediów społecznościowych, utworzono moduły do wyświetlania filmów z YouTube, itp.
- podniesiono CMS do Joomla! wersja 2,5 następujących wersji językowych NPT: czeskiej, węgierskiej, hebrajskiej, francuskiej FR, francuskiej FR/BE, włoskiej, hiszpańskiej, fińskiej i ukraińskiej, angielskiej global, angielskiej UK&IRL, angielskiej – USA&Canada, rosyjskiej i japońskiej,
- realizowano stałe działania wspierające ZOPOT-y w prowadzeniu NPT, w tym przede wszystkim działania związane z działaniami konkursowymi,
- koordynowano oraz prowadzono bieżącą obsługę mailową zapytań oraz zgłoszeń od użytkowników portalu wpływających przez formularz kontaktowy zamieszczony na poszczególnych wersjach rynkowych, w tym, między innymi: redakcja i publikacja nowych obiektów w bazie portalu polska.travel (ponad 2200 maili)
- stale monitorowano wyniki statystyczne NPT, w tym przygotowano kompleksową prezentację dot. wszystkich wersji językowo-rynkowych jako materiał analityczny dla ZOPOT-ów.

Ww. prace były prowadzone w oparciu o dwie umowy przedmiotowe: w I półroczu na mocy umowy podpisanej w 2013 r. Od lipca 2015 r., w wyniku przeprowadzonego przetargu nieograniczonego, podpisano nową 2-letnią umowę dot. „Utrzymania i rozwoju administratorsko-programistyczny rozwiązania portalowego Polskiej Organizacji Turystycznej w latach 2015-2017”.

b) W ramach redagowania NPT w wersji polskiej i angielskiej:

- przygotowano, wprowadzono i aktualizowano treści w wersji polskiej i angielskiej przeznaczonej dla rynków bez obsługi właściwego ZOPOT,
- opracowano i zamieszczono w wersji polskiej następujące tematy wiodące: „SPA i wellness przez cały rok”, „Odpoczywaj na wsi” (kampania we współpracy z MRiRW), „Pociągi pod parą”, „Weekend na dwóch kółkach na Szlaku Eurovelo”, „Parki rozrywkowe i wodne – atrakcje nie tylko dla dzieci”, „Najlepsze miejsca kulinarne w Polsce nagrodzone w konkursie EDEN”, „Sporty zimowe w dużych miastach”, „Termy i sauny – na jesienno-zimową chandrę”, „Miasta w świątecznej odsłonie”, „Zima nie tylko w górach – 7 propozycji dla aktywnych”, „Najlepsze produkty turystyczne 2015”, „Kopalnia Złota i Średniowieczny Park Techniki w Złotym Stoku” (Złoty Certyfikat), Polska gospodarzem Mistrzostw Europy w Piłce Ręcznej 2016, „Wrocław – Europejska Stolica Kultury 2016”, „Polecamy 10 interaktywnych muzeów, które trzeba zobaczyć”, „Bella Skyway Festival 2015”, „Bursztynowa riwiera” oraz z cyklu „Polska mniej znana...”: „Stacja narciarska Szelment”,

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

„Szlak Wody, Przemysłu i Rzemiosła TeH2O w Bydgoszczy”, „Międzyrzecki Rejon Umocniony”,

- opracowano materiał do przeprowadzenia 16 regionalnych sond zmierzających do wyłonienia top atrakcji oraz przeprowadzono sondy TOP 5 atrakcji turystycznych w 14 regionach: śląskie, opolskie, małopolskie, łódzkie, lubelskie, podkarpackie, pomorskie, kujawsko-pomorskie, podlaskie, dolnośląskie, lubuskie, mazowieckie, świętokrzyskie, warmińsko-mazurskie,
- zrekonstruowano zakładki oraz wdrożono nową zakładkę: „Hity” (dot. top atrakcji),
- zaktualizowano bazę noclegową i gastronomiczną,
- zamieszczono ponad 50 aktualności,
- wprowadzono nowy moduł umożliwiający przypinanie tego samego artykułu do różnych kategorii i uporządkowano w ten sposób kategorię „Główne miasta”.

Dodatkowo na NPT prowadzono działania wynikające z umów z działalności gospodarczej, w tym m.in. przeprowadzono kampanię internetową dla Kopalni Soli w Wieliczce i „Pensjonatu Zaborek – miejsca z duszą”.

c) W ramach zarządzania Patronatami Medialnymi NPT:

Zgodnie z wdrożonym w IV kwartale 2014 roku Regulaminem Obejmowania Patronatem Medialnym przez Narodowy Portal Turystyczny wydarzeń i przedsięwzięć w Polsce, których adresatami są turyści, patronat medialny NPT został przyznany i działania zostały wykonane w zakresie następujących wydarzeń i przedsięwzięć: IV edycja konkursu „Warszawa od Kuchni”, V edycja plebiscytu „Best Hotel Award”, VI edycja „Agrotravel” w Kielcach, X edycja Festiwalu „Śląskie Smaki”, Mazurski Piknik Militarny "Walkiria" w Gierłozie, akcja „Poznań za pół ceny”, przedsięwzięcie „Pomorskie Dent Days”, konkurs „Brief for Poland” – „Najlepsze wydarzenia lata 2015” oraz „Mikołajkowe Przejazdy śmigielką kolejką wąskotorową”.

d) W ramach promowania NPT realizowano następujące działania:

- wysyłkę newslettera (wersja polska) -18 newsletterów promujących tematy wiodące, aktualności, ważne wydarzenia i przedsięwzięcia oraz sondę Top 5 hity atrakcji turystycznych w 14 regionach,
- wysyłkę newslettera (wersja angielska): Walentynki nie tylko w Chełmnie, Smaki Polski, Zabytki poprzemysłowe w Polsce, Długi weekend w Polsce, Bajkowy urlop w Polsce,
- prace pozycjonujące portal i jego treści,

e) W ramach informatycznego wsparcia systemu informacji turystycznej (RIT, Infokioski, CRM, Contact Center):

Działania w ramach Repozytorium Informacji Turystycznej:

- kontynuowano proces integracji RIT z regionalnymi systemami bazodanowymi – prace prowadzone z woj. śląskim (wdrożenie pełnego mechanizmu integracyjnego), dolnośląskim (przekazanie dostępu do RIT), lubelskim (wdrożenie mechanizmu integracyjnego w jedną stronę), podkarpackim (migracja danych), lubuskim (przekazanie portletu); rozpoczęto prace z woj. mazowieckim i warmińsko-mazurskim,
- aktualizowanie, uzupełnianie i tłumaczenie treści zawartych w RIT;

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- zarządzanie technologiczne RIT, rozwój funkcjonalny systemu – realizacja umowy z firmą zewnętrzną Betacom, własne prace programistyczne.

Działania w ramach Infokiosków:

- zarządzanie technologiczne siecią infokiosków.

Działania w ramach CRM:

- utrzymanie i rozwój funkcjonalny systemu CRM – realizacja umowy z firmą zewnętrzną Idea Logic,
- wykorzystywanie CRM do prowadzenia sprofilowanych kampanii marketingu bezpośredniego – regularna wysyłka newsletterów,
- przygotowanie dokumentu „10 przykazań CRM” dla ZOPOT-ów,
- stałe wsparcie techniczne dla ZOPOTów i innych departamentów POT,
- utrzymywanie czystości bazy adresatów.

Działania w ramach Contact Center:

- zarządzanie technologiczne (prace utrzymaniowe i rozwojowe dot. systemu Call Max) - realizacja umowy z firmą zewnętrzną Wasko S.A.,
- obsługa bezpośrednia turystów w ramach Infolinii Turystycznej oraz Telefonu Bezpieczeństwa,
- zakończenie procesu instalacji nowych agentur – w 2015 r. zainstalowano agentury w Nowym Tomysłu, Koszalinie, Zamościu i Opolu, osiągając tym samym wynik docelowy 26 agentur zewnętrznych. Przez termin agentura zewnętrzna, należy rozumieć zestaw komponentów sprzętowo-programowych umożliwiający pracownikom centrów i punktów informacji turystycznej obsługę Contact Center, jako zdalnym konsultantom (agentom),
- serwis istniejących agentur, m.in. Szczecin, Gorzów Wlkp., Kraków, Poznań.
- promocja Contact Center – druk 50 tys. szt. materiałów promocyjnych (wizytówek) Contact Center (20 tys. w j. polskim, 30 tys. w j. angielskim) oraz ich dystrybucja wśród ROTów, punktów „it”, lotnisk, etc.;

f) Działania w ramach Platformy multimedialnej PSIT:

- zarządzanie siecią infokiosków, wsparcie imprez realizowanych przez POT / w których POT bierze udział poprzez odpowiednie przygotowanie i obsługę sprzętu w postaci stołów multimedialnych, infokiosków, ściany multimedialnej (m.in. ITB Berlin, Expo - Tydzień Turystyki Polskiej w Mediolanie, WTM Londyn, Targi Tour Salon – Poznań, TT Warsaw – Warszawa);
- aplikacje mobilne – założenie i obsługa kont developerskich POT na platformach iOS, Google Play i Windows Phone, umieszczenie aplikacji Poland.Travel i Planer Mobilny na ww. platformach.

g) Pozostałe prace:

- Przygotowanie wniosku dot. projektu „E-turysta – Polski System Informacji Turystycznej” do działania 2.1 Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa,

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

- Założenie i prowadzenie zamkniętej grupy roboczej na FB „Platforma POT-ROT-LOT-FIT”,
- Obsługa techniczna konkursów w social mediach prowadzonych merytorycznie przez DPTiWR (Konkurs „Zimowe City Breaks”, Konkurs na najbardziej świąteczną informację turystyczną, Konkurs dedykowane EuroVelo).

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

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.

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

- zintegrowanie systemów informacji turystycznej: integracja RIT z regionalnymi systemami baz danych, rozwój funkcjonalny i zarządzanie technologiczne RIT, zarządzanie siecią infokiosków oraz Contact Center
- promocję NPT (w tym prowadzenie działań pozycjonujących) i realizację kampanii promocyjnej na rynkach zagranicznych
- wprowadzanie nowych funkcjonalności na NPT, w tym nawiązanie współpracy z systemami rezerwacyjnymi
- utrzymanie i rozwój funkcjonalny systemu CRM, w tym regularną dystrybucję newsletterów
- prowadzenie profili w mediach społecznościowych stanowiących ważne źródło ruchu dla NPT i portalu PCB

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

II. Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym w części 34 za okres od 1.01.2015 do 31.12.2015 r.

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

Na realizację zadania 17.2 *W Koordynacja realizacji NSRO 2007 – 2013 oraz zarządzanie i wdrażanie programów operacyjnych* w okresie od 01.01.2015 r. do 31.12.2015 r. wydatkowano łącznie środki w wysokości **1 872 763,11 zł** ze środków z Unii Europejskiej (Część budżetowa 34 – *Rozwój regionalny*).

Celem zadania jest: *Efektywne i sprawne wykorzystanie środków pochodzących z UE w ramach NSRO 2007-2015*

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2015 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2015 do 31.12.2015 r.	Przyczyny odchylenia wartości miernika
Wartość środków certyfikowanych do KE dla działania 6.4 PO IG do wartości alokacji w latach 2007 – 2015 dla działania 6.4 PO IG	96 %	87 %	przesunięcie okresu zakończenia realizacji kilku projektów; przedłużający się proces rozliczania końcowego przedsięwzięć, tj. kontroli inwestycji na ich zakończenie; konieczność nakładania korekt finansowych na Beneficjentów

Opis realizacji podzadania: 17.2.7 Wdrażanie PO Innowacyjna Gospodarka

Celem podzadania jest:

Wzmocnienie systemu wdrażania PO IG.

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

Cel ma zostać zrealizowany przez działanie:

Wsparcie POT we wdrażaniu Działania 6.4 w latach 2007 – 2015.

Cel jest realizowany przez działania:

Pełnienie funkcji Instytucji Pośredniczącej 17.2.7.1.

Opis realizacji działania: 17.2.7.1 Wdrażanie PO Innowacyjna Gospodarka

Omówienie najważniejszych zadań zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2015 r. do 31.12.2015 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.
- Zorganizowano konferencję prasową na temat Działania 6.4 PO IG.
- Zlecono opracowanie graficzne oraz druk katalogu promującego projekty realizowane w ramach Działania 6.4 PO IG;
- Systematycznie weryfikowano wnioski o płatność oraz sporządzono dyspozycje płatności na rzecz Beneficjentów w łącznej kwocie 36 687 tys. zł
- Poziom certyfikacji wydatków na koniec 2015 roku wyniósł 51 968 tys. zł.
- Pracownicy Zespołu ds. kontroli i procedur przeprowadzili w okresie sprawozdawczym 9 kontroli w miejscu realizacji projektów pn. „Warszawski Węzeł Wodno – Rowerowy „Pedaluj i pływaj” (bike & sail) – etap I” (21-23 kwietnia), „Wschodnioeuropejskie Centrum Kongresowo – Sportowe Arłamów” (10-12 czerwca), „Program żywienia dróg wodnych w Gdańsku” (19-22 stycznia), „Pętla Żuławska – rozwój turystyki wodnej. Etap I” (23-27 lutego, 16-20 marca, 13-17 kwietnia, 25 -26 maja, 29 czerwca – 1 lipca), „Europejski Ośrodek Kultury Technicznej i Turystyki Przemysłowej” (29-30 lipca), „Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego w Poznaniu – kolebki państwowości i chrześcijaństwa w Polsce” (7-16 lipca), „Świętokrzyski Szlak Archeo-Geologiczny” (5-6 października), „Zachodniopomorski Szlak Żeglarski - sieć portów turystycznych Pomorza Zachodniego”(12-16 października, 27-30 października, 16-20 listopada) oraz „Zamość miasto UNESCO, Pomnik Historii RP produktem turystycznym polskiej gospodarki” (16-18 grudnia).
- Pracownicy Instytucji Wdrażającej wzięli udział w 5 szkoleniach zewnętrznych zgodnych z zakresem ich obowiązków.

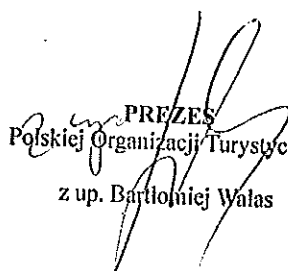
POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2015
w układzie zadaniowym

2. Opis realizacji zadania 17.5 W Koordynacja realizacji programów perspektywy finansowej 2014-2020 oraz zarządzanie i wdrażanie programów operacyjnych

Plan uwzględniał przewidzianą dla Polskiej Organizacji Turystycznej na poziomie uzgodnień i zapisów krajowych funkcję Instytucji Pośredniczącej w ramach Poddziałania: Tworzenie i rozwój sieciowych produktów turystycznych o znaczeniu co najmniej ponadregionalnym Programu Operacyjnego Polska Wschodnia w perspektywie finansowej na lata 2014-2020. W wyniku negocjacji z Komisją Europejską odnośnie ostatecznego kształtu PO PW, która nie dostrzegła potrzeby dedykowania odrębnego dofinansowania w obszarze turystyki, zmodyfikowano nazwę instrumentu wsparcia, która obecnie dla Poddziałania 1.3.2 brzmi: Tworzenie sieciowych produktów przez MŚP. Jednocześnie POT nie została wymieniona w systemie instytucjonalnym podmiotów zaangażowanych w realizację PO PW. Należy zatem podkreślić, iż niewykonanie planu zadaniowego w tym zakresie nie leży po stronie POT, jedynie pozostaje konsekwencją kluczowej zmiany zapisów PO PW.

W związku z powyższym ocena realizacji zadania 17.5 nie jest możliwa.

Warszawa, 2016-05-17


PREZES
Polskiej Organizacji Turystycznej
z up. Bartłomiej Wałas

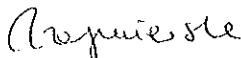
Teresa Buczak

Dyrektor
Departamentu Strategii

Dyrektor Biura Finansowego
Główny Księgowy


Halina Trojanowska

Biuro Finansowe



St. Specjalista ds. ekonomiczno-finansowych
Katarzyna Rzepniewska