KANCELARIA PREZESA RADY MINISTRÓW

BIURO OBSŁUGI RAD, ZESPOŁÓW I PEŁNOMOCNIKÓW

Warszawa, 28 lutego 2017 roku

Szanowni Państwo,

w załączeniu przesyłam stanowisko Międzyresortowego Zespołu ds. promocji Polski za granicą odnośnie funkcjonowania Polskiej Organizacji Turystycznej przyjęte jednogłośnie podczas posiedzenia, które odbyło się w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów 27 lutego 2017 r.

Z poważaniem

Dyrektor
Biuro Obsługi Rad, Zespołów i Pełnomocników
Szymon Jajko

Warszawa, 27.02.2017 r.

STANOWISKO MIĘDZYRESORTOWEGO ZESPOŁU DS. PROMOCJI POLSKI ZA GRANICĄ ODNOŚNIE FUNKCJONOWANIA POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ

Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski stanowi ważny dla kraju element budowy wizerunku oraz przynosi wymierne przychody finansowe. Udział gospodarki turystycznej w PKB utrzymuje się na poziomie 5-6%, a wpływy z turystyki zagranicznej stanowią przeszło 6% wszystkich wpływów z eksportu.

Najważniejszym instrumentem dla sukcesu państwa jest jego marka na arenie międzynarodowej. W badaniu reputacji państw (Reputation Institute) Polska została najwyżej oceniona w kategorii atrakcyjności turystycznej (64 punkty na 100 możliwych), przyjazności mieszkańców (62 pkt) i wkładu w globalną kulturę (56,9 pkt). Systematycznie wzrasta pozycja Polski w rankingu konkurencyjności gospodarczej sektora turystycznego (T&T Competitiveness Index). W rankingu z 2015 roku Polska uzyskała pod względem konkurencyjności turystyki 47 miejsce (na 141 analizowanych państw). Jest to o 11 pozycji lepiej niż w 2009 r., kiedy Polska zajmowała 58 miejsce.

W większości krajów stawiających na rozwojów turystyki, narzędziem państwa do realizacji działań promocyjnych, pobudzających popyt oraz sprzedaż usług za pośrednictwem touroperatorów, są narodowe organizacje turystyczne. Krajowym odpowiednikiem takiego podmiotu jest Polska Organizacja Turystyczna, wraz z jej zagranicznymi oddziałami.

Polska zalicza się do grupy państw, w których narodowa organizacja turystyczna dysponuje zdecydowanie niższymi środkami pochodzącymi z budżetu państwa, jednak nie oznacza to mniejszej skuteczności. W ostatnim czasie Polska Organizacja Turystyczna przeprowadziła szereg akcji, których zasięg był możliwy dzięki dobrej współpracy z podmiotami zewnętrznymi i konsolidacji środków. Tylko w 2015 roku zagraniczne ośrodki POT wspólnie z branżą turystyczną, regionami, miastami, a także placówkami dyplomatycznymi zrealizowały promocję Polski, przy wkładzie (finansowym oraz usługowym) partnerów wartym 1.661.931 euro. Dodatkowo 199,7 mln euro (ponad 858 mln złotych) to ekwiwalent reklamowy publikacji prasowych, audycji radiowych i telewizyjnych, które powstały w wyniku działań POT w latach 2013-2015.

Istotnym elementem działań promocyjnych POT są podróże prasowe dla zagranicznych dziennikarzy. W latach 2010-2016 POT zorganizował wspólnie z regionami i miastami podróże prasowe dla **4962** dziennikarzy.

Efekty działań POT w latach 2011-2014 były przedmiotem przekrojowej kontroli Najwyższej Izby Kontroli w 2015 roku. W informacji o wynikach kontroli napisano: „stopień wykonania mierników wskazuje, że POT skutecznie realizowała zaplanowane przedsięwzięcia promocyjne". Należy również docenić fakt, iż w latach 2015-2016 zatrudnienie w POT zmniejszyło się o prawie 25%.

Biorąc pod uwagę powyższe, Międzyresortowy Zespół ds. promocji Polski za granicą stoi na stanowisku, iż dalsze funkcjonowanie Polskiej Organizacji Turystycznej znajduje uzasadnienie.

Przewodniczący
Międzyresortowego Zespołu do Spraw Promocji Polski za Granicą

Adam Lipiński
Sekretarz Stanu
w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów