



Minister Sportu i Turystyki

BM-WRP.054.191.2024
Warszawa, dnia 12 lutego 2025 r.

Pan
Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

w odpowiedzi na interpelację nr 6543 Pana Posła Krzysztofa Piątkowskiego w sprawie promocji Polski jako atrakcyjnej destynacji turystycznej, uprzejmie informuję co następuje.

Ad. 1.

Ministerstwo Sportu i Turystyki zleciło realizację opracowania szczegółowego dokumentu pn. „Raport o stanie gospodarki turystycznej w Polsce i założenia polityki turystycznej kraju”. Przedmiotowy materiał ma na celu opracowanie założeń, celów i priorytetów polityki turystycznej kraju na najbliższe lata oraz zbadanie aktualnej sytuacji gospodarki turystycznej, a docelowo będzie podstawą dla Ministerstwa Sportu i Turystyki do przygotowania dokumentu prezentującego „Strategię rozwoju turystyki do 2030 roku z perspektywą do 2036 roku”. Dodatkowo 10 grudnia 2024 r. w Warszawie odbyła się konferencja organizowana przez Ministerstwo Sportu i Turystyki, pod nazwą „Od Wizji do Realizacji: Wspólna Strategia dla Branży Turystycznej” podczas, której zorganizowano okrągłe stoły dla polskiej turystyki – miejsca otwartej dyskusji na tak ważne dla rodzimej turystyki tematy jak technologie, hotelarstwo, Marka Polska, infrastruktura w turystyce, edukacja, uzdrowiska, badania oraz współpraca z samorządem terytorialnym.

Jeśli chodzi o samą strategię promocyjną, to Minister Sportu i Turystyki sprawuje nadzór instytucjonalny nad działaniami Polskiej Organizacji Turystycznej, utworzonej na mocy ustawy z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. z 2024 r. poz. 1541). Do jej działań ustawowych należy m.in. promocja Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie oraz zapewnianie funkcjonowania i rozwijania polskiego systemu informacji turystycznej w kraju i na świecie. Instytucja ta opracowała własny dokument, pod nazwą „Strategia zarządzania zintegrowaną komunikacją marketingową w turystyce do roku 2030”, który to dokument został przyjęty przez Radę Polskiej Organizacji Turystycznej 3 kwietnia 2024 r. Dokument ten jest szczegółową analizą strategiczną promocji Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie, opartą na partnerstwie wizerunkowym, zrównoważonym rozwoju, digitalizacji komunikacji oraz transferze wiedzy.

Ad. 2.

Ministerstwo Sportu i Turystyki udziela wsparcia finansowego dla organizacji pozarządowych oraz jednostek w rozumieniu art. 3 ust. 1 - 3 ustawy o działalności pożytku

publicznego i o wolontariacie, których jednym z celów lub zadań statutowych jest działalność w obszarze turystyki (w tym m.in. ekoturystyki, agroturystyki, przewodnictwa i pilotażu, rekreacji, wypoczynku, hotelarstwa) lub krajoznawstwa, poprzez otwarty konkurs ofert na realizację zadań publicznych – cz. 40 budżetu państwa - turystyka. Konkurs odbywa się rokrocznie, w ramach określonych priorytetów przez ministra właściwego ds. turystyki.

W 2024 r. na realizację konkursu przeznaczono kwotę 12,6 mln zł, jeden z priorytetów był dedykowany działaniom na rzecz rozwoju i promocji turystyki regionalnej. Więcej informacji znajduje się na stronie: <https://www.gov.pl/web/sport/dofinansowanie-zadan-dt>.

Ponadto, ogłoszono Program finansowany z środków Funduszu Rozwoju Kultury Fizycznej „Turystyka bez barier” wspierający tworzenie inicjatyw, które pozwolą zlikwidować lub ograniczyć bariery uniemożliwiające uprawianie aktywnej turystyki dla odbiorców turystyki społecznej, co również przyczynia się do promocji lokalnych atrakcji turystycznych dostępnych dla wszystkich turystów, także tych z niepełnosprawnościami. Kwota przeznaczona na ten cel to 5 mln zł.

Działania Polskiej Organizacji Turystycznej na rynku krajowym, w kontekście wsparcia regionalnych inicjatyw promujących lokalne atrakcje turystyczne oraz współpracy z sektorem prywatnym w celu zwiększenia efektywności działań promocyjnych, obejmują w szczególności aktywności związane z Turystycznymi Mistrzostwami Vlogerów i Blogerów, Certyfikatami POT na Najlepszy Produkt Turystyczny, Polskie Marki Turystyczne oraz podróże studyjne.

Turystyczne Mistrzostwa Vlogerów i Blogerów

Mistrzostwa są jedynym przedsięwzięciem w Polsce, które promuje polskie regiony i turystykę krajową przy zaangażowaniu społeczności vlogerskiej i blogerskiej, łączącym elementy promocji w mediach społecznościowych i grywalizacji. Podstawowym elementem akcji jest zaangażowanie popularnych influencerów podróżniczych, lifestylowych, parentingowych, kulinarnych oraz pozostałych twórców wideo do rywalizacji w zakresie stworzenia materiałów promujących polskie regiony pod kątem turystycznym. Celem Mistrzostw jest również wydłużenie sezonu turystycznego i eksponowanie atrakcji, które można zwiedzać przez cały rok. Partnerami projektu są regionalne organizacje turystyczne, z którymi konsultowane są trasy poszczególnych podróży.

W turnieju bierze udział 16 influencerów, z których każdy reprezentuje inne województwo. Stworzone przez nich materiały stanowią interesującą inspirację, przede wszystkim dla turystów organizujących samodzielnie swoje wyjazdy. Uczestnicy Turystycznych Mistrzostw Vlogerów i Blogerów odgrywają kluczową rolę w promocji regionalnych inicjatyw. Ich twórczość przyczynia się do zwiększenia rozpoznawalności regionów, wzrostu ruchu turystycznego i wzmocnienia lokalnych społeczności. Dzięki nim, mniej znane zakątki Polski zyskują szansę na rozwój i promocję swoich unikalnych walorów.

Szczegóły na stronie: <https://mistrzostwablogerow.polska.travel/>.

Konkurs na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej

Sprawdzonym narzędziem wspierania regionalnych inicjatyw i selekcji atrakcyjnych miejsc i ofert turystycznych jest konkurs organizowany każdego roku przez POT we współpracy z regionalnymi organizacjami turystycznymi. Przyznawane w konkursach certyfikaty i nagrody są istotnym wsparciem rozwoju konkurencyjnych produktów turystycznych oraz promocji lokalnych atrakcji turystycznych.

Konkurs ma na celu wyłonienie najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turystów produktów turystycznych oraz ich popularyzację, a także wspieranie inicjatyw regionalnych i lokalnych, których efektem jest tworzenie produktów turystycznych.

Inicjatywa ta nieprzerwanie odbywa się od 2003. Każdego roku laureatami konkursu zostają nowe i często jeszcze nie poznane przez turystów produkty turystyczne. Poziom konkursu rośnie z każdą edycją. Przy ocenie kandydatur brane są pod uwagę między innymi dostępność dla turysty czy wykorzystanie nowoczesnych technologii i innowacji w rozwoju produktów.

Certyfikaty Polskiej Organizacji Turystycznej stanowią rekomendację i gwarancję usług na najwyższym poziomie, są one potwierdzeniem wysokiej jakości produktu turystycznego i spełnienia określonych standardów. Konsumenci chętniej wybierają produkty oznaczone certyfikatem, ponieważ kojarzą go z jakością i bezpieczeństwem.

Inicjatywa ta stymuluje innowacyjność, promuje lokalne zasoby, wspiera lokalnych przedsiębiorców, jednocześnie zwiększając rozpoznawalność regionów i przyczyniając się do rozwoju zrównoważonej turystyki.

Laureaci konkursu są objęci programem promocyjnym realizowanym przez POT na rynku krajowym i rynkach zagranicznych. Z kolei zdobywca najważniejszej nagrody (Złoty Certyfikat) – specjalną dedykowaną kampanią.

Szczegóły na: <https://www.polska.travel/najlepsze-produkty-turystyczne-certyfikaty-pot/>

Polskie Marki Turystyczne

Projekt realizowany od roku 2019 przez Ministerstwo Sportu i Turystyki we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną.

Celem projektu jest tworzenie katalogu najbardziej atrakcyjnych polskich regionów turystycznych, w których wysoka, identyfikowalna przez turystów jakość świadczonych usług oraz atrakcyjne walory naturalne, kulturowe i turystyczne zachęcają do odwiedzania tych miejsc. Nagrodzeni laureaci otrzymują również wsparcie ekspertów w zakresie szkoleń, wizyt studyjnych w kraju i za granicą, wizyty influencerów oraz profesjonalnej promocji i przygotowaniu wysokiej jakości materiałów promocyjnych.

Obecni laureaci to: Beskidy, EnoTarnowskie, Kraina Lessowych Wąwozów, Lublin, Śląsk Cieszyński, Toruń, Poznań, Łódź, Jura Krakowsko-Częstochowska, Sopot, Roztocze oraz Kraina Górnej Odry.

Udział w projekcie stwarza wiele możliwości rozwoju i promocji. Laureaci włączani są w działania promocyjne prowadzone na rynku krajowym, w tym na dedykowanych profilach Polskich Marek Turystycznych oraz mediów społecznościowych prowadzonych przez POT, mogą również skorzystać z przeznaczonych dla nich szkoleń i warsztatów.

Przykładowe wydarzenia, podczas których promowane były Polskie Marki Turystyczne:

Otwarcie sezonu Dolnośląskiego, Korzeniowski Warsaw Walking Cup 2024, Piknik nad Odrą, Dzień dziecka w ogrodach KPRM, Antidotum AirShow Leszno, Tall ship Races 2024, Targi turystyczne - ITTF Warsaw 2024, Tour Salon Poznań 2024.

Polskie Marki Turystyczne promują współpracę między różnymi podmiotami działającymi w sektorze turystycznym na poziomie regionalnym, takimi jak samorządy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe. Dzięki temu możliwe jest tworzenie kompleksowych produktów

turystycznych i efektywne wykorzystanie lokalnych zasobów. Laureaci zobowiązani są do ciągłego doskonalenia swojej oferty, co przekłada się na większą satysfakcję turystów. Uzyskanie tytułu Polskiej Marki Turystycznej jest prestiżowym wyróżnieniem, które podnosi rozpoznawalność regionu i buduje zaufanie wśród turystów.

Reasumując projekt Polskie Marki Turystyczne jest doskonałym przykładem tego, jak można wspierać rozwój regionalnych inicjatyw promujących lokalne atrakcje turystyczne. Dzięki temu projektowi wiele regionów w Polsce zyskało nową jakość i atrakcyjność turystyczną, co przekłada się na wzrost liczby turystów i rozwój lokalnej gospodarki.

Strona: <https://www.polskiemarkiturstyczne.gov.pl/>

SM: <https://www.facebook.com/PolskieMarkiTurstyczne>

Podróże studyjne

Wizyty studyjne stanowią niezwykle wartościowe narzędzie w procesie rozwoju i promocji lokalnych atrakcji turystycznych. Dzięki nim przedstawiciele różnych regionów mają możliwość wymiany doświadczeń, poznania dobrych praktyk oraz nawiązania nowych kontaktów.

Polska Organizacja Turystyczna ściśle współpracuje z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi (ROT) przy promocji lokalnych atrakcji turystycznych. Przejawem tej kooperacji są wspólnie realizowane podróże studyjne dla krajowej branży turystycznej, gdzie uczestnicy mogą zapoznać się zarówno z najważniejszymi i topowymi atrakcjami turystycznymi (Certyfikowanymi Produktami Turystycznymi oraz Polskimi Markami Turystycznymi) oraz z lokalnymi atrakcjami, mającymi dużym potencjał na przyciągnięcie turystów. W przeciągu ostatnich miesięcy we współpracy z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi odbyły się wizyty studyjne do różnych regionów Polski dla członków zrzeszonych w Forum Turystki Przyjazdowej, Polskiej Izbie Turystyki oraz dla agentów i touroperatorów (przykładowe regiony: Dolny Śląsk, Kujawy, Pomorze). Podczas podróży prezentowane były również w ramach atrakcji turystycznych specjały lokalnej kuchni, a uczestnicy wyjazdów mogli zapoznać się z obiektami noclegowymi, gdzie wdrażane są zasady turystyki zrównoważonej.

Dodatkowo POT, w ramach działań statutowych, realizuje szereg działań promocyjnych kierowanych do branży turystycznej. Działania te mają na celu przede wszystkim promocję naszego kraju jako atrakcyjnego kierunku przyjazdów turystycznych, stworzenie dogodnych warunków do nawiązaniu kontaktów handlowych pomiędzy polską i zagraniczną branżą turystyczną, co w konsekwencji prowadzić ma do zwiększenia ruchu turystycznego w Polsce. Do najważniejszych działań kierowanych do branży należą m.in. udział w międzynarodowych targach turystycznych, gdzie POT organizuje polskie stoisko narodowe. Dobrym przykładem takiego działania jest organizacja przez POT warsztatów „Polska. Więcej niż myślisz” Buy Poland 2024! W warsztatach wzięło udział ponad 100 przedstawicieli zagranicznej branży turystycznej oraz 120 przedstawicieli polskiej branży turystycznej. Udział w warsztatach był całkowicie bezpłatny.

Kolejne działania kierowane do branży turystycznej to realizacja podróży studyjnych do Polski. Podczas takich podróży uczestnicy tj. zagraniczni touroperatorzy i agenci turystyczni zapoznają się z nowymi produktami turystycznymi, obiektami noclegowymi i atrakcjami turystycznymi. Takie wizyty są podstawą do budowania nowych ofert przyjazdowych do Polski.

Ponadto Zagraniczne Ośrodki Polskiej Organizacji Turystycznej, organizują liczne prezentacje dla zagranicznej branży turystycznej, zamieszczają reklamy Polski w katalogach zagranicznych touroperatorów, czy też prowadzą wspólne kampanie promocyjne.

Ad. 3.

Sektor prywatny był zawsze pośrednio zaangażowany w działania promocyjne nadzorowanej przez Ministra Sportu i Turystyki Polskiej Organizacji Turystycznej. Zgodnie z treścią art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. z 2024 r. poz. 1541), w skład Rady Polskiej Organizacji Turystycznej wchodzi 12-18 członków powoływanych przez właściwego ministra spośród kandydatów przedstawionych m.in. przez samorząd gospodarczy i samorząd zawodowy oraz stowarzyszenia działające w dziedzinie turystyki, a także przewoźników. Rada Polskiej Organizacji Turystycznej jest uprawniona do przedstawiania opinii lub wniosków we wszystkich sprawach dotyczących działalności Polskiej Organizacji Turystycznej. Ponadto bieżący kontakt i konsultacje ministerstwa z branżą są stałą i niezmienną od lat dobrą praktyką.

Z poważaniem
z up. Ministra

Piotr Borys
Sekretarz Stanu
/podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym/

Do wiadomości:

KPRM – Departament Spraw Parlamentarnych