Minister
Sportu i Turystyki

BM-WRP.054.186.2024
Warszawa, dnia 18 marca 2025 r.

Pan
Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

w odpowiedzi na interpelację nr 6538, Pana Posła Krzysztofa Piątkowskiego w sprawie działań Polskiej Fundacji Narodowej na rzecz promocji Polski jako atrakcyjnego kierunku turystycznego za granicą, poniżej przedstawiam następujące informacje.

Ad. 1.
Polska Fundacja Narodowa to fundacja utworzona przez 17 spółek Skarbu Państwa, a jej celem statutowym jest budowanie rodzimej marki za granicą i promowanie polskiej gospodarki. Według informacji z Krajowego Rejestru Sądowego (nr wpisu 0000655791) organami sprawującymi nadzór nad funkcjonowaniem Polskiej Fundacji Narodowej jest minister właściwy ds. kultury i dziedzictwa narodowego oraz Prezydent m. st. Warszawy. Minister Sportu i Turystyki nie ma żadnego wpływu na przedsięwzięcia podejmowane przez Polską Fundację Narodową, ani też nie pozyskuje danych odnośnie jej działalności.

Ad. 2.
Minister Sportu i Turystyki nie jest organem nadzorującym funkcjonowanie Polskiej Fundacji Narodowej i nie ma uprawnień do przeprowadzania audytu jej działalności. Organami uprawnionymi do tego typu działań są Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Prezydent m. st. Warszawy.

Ad. 3.
Minister Sportu i Turystyki, niebędący organem nadzoru nad Polską Fundacją Narodową, nie ma dostępu do szczegółowych rozliczeń jej wydatków, a także nie ma ustawowych uprawnień, aby o takie rozliczenia występować.

Ad. 4.
Jak wskazano powyżej Minister Sportu i Turystyki, niebędący organem nadzoru nad Polską Fundacją Narodową, nie ma możliwości formalnych weryfikacji realizacji celów promocyjnych, które zakłada Fundacja.
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. W ocenie Ministerstwa profesjonalne działania i kampanie promocyjne prowadzone przez POT mają największy wpływ na zwiększenie liczby turystów zagranicznych odwiedzających nasz kraj.

tel.: 222 663 264
kontakt@msit.gov.pl
www.gov.pl/sport

ul. Senatorska 14
00-082 Warszawa

Ad. 5.
Ministerstwo Sportu i Turystyki nie współpracuje obecnie z Polską Fundacją Narodową w zakresie promocji Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie. Wszelkie działania związane z przedmiotową tematyką prowadzone są przez podmiot nadzorowany przez Ministra Sportu i Turystyki - Polską Organizację Turystyczną.

Ad. 6.
W ramach swoich zadań ustawowych Polska Organizacja Turystyczna prowadzi kampanie wizerunkowe i projekty promocyjne o charakterze produktowym, m.in. dotyczące dziedzictwa kulturowego, turystyki kulinarnej oraz różnorodności bogactwa wybranych obszarów Polski, skierowane na rynki zagraniczne. POT stosuje także promocję z wykorzystaniem kotwic medialnych, w tym wydarzeń sportowych o międzynarodowym znaczeniu, do tego działa także w Internecie, prowadząc kampanie tematyczne o międzynarodowym zasięgu. Prowadzone są także działania na rzecz komercjalizacji oferty, z wykorzystaniem warsztatów branżowych, działania na rzecz branży turystycznej mające na celu odbudowę turystyki przyjazdowej (w tym szczególnie turystyki grupowej), a także promocję w ramach współpracy z Grupą Wyszehradzką V-4 oraz European Travel Commission. Do tego w Polskiej Organizacji Turystycznej działa obecnie 14 ośrodków zagranicznych, odpowiadających za promocję Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie na 22 rynkach w Europie, Ameryce Płn. i Azji.

W 2025 r. działania te będą kontynuowane. Trwają również prace nad odpowiednim zaprezentowaniem Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie, wykorzystując fakt objęcia przez Polską prezydencji w UE, a także działania związane z EXPO 2025 w Osace, podczas których Polska Organizacja Turystyczna także będzie prowadzić kampanie promocyjne.

Dodatkowo Ministerstwo Sportu i Turystyki powierzyło Polskiej Organizacji Turystycznej realizację zadania na podstawie umowy dotacji celowej, polegającego na promocji Polski przez sport, w ramach którego rozpoznawalni polscy sportowcy zachęcają turystów z całego świata do odwiedzenia Polski. Swój udział w projekcie mają także polskie kluby sportowe, reprezentujące nasz kraj w rozgrywkach międzynarodowych w najbardziej popularnych, drużynowych dyscyplinach sportowych. Efektem tych działań jest m.in. szeroko prowadzona akcja promocyjna realizowana pod wspólnym hasłem: „Poland. More than you expected" (na kilkunastu rynkach zagranicznych) w oparciu o spot wykorzystujący wizerunki naszych wybitnych sportowców: Jeremy'ego Sochana i Katarzyny Niewiadomej. Wedle początkowych danych łączny wskaźnik zasięgu tylko tej kampanii, uzyskany poprzez emisje telewizyjne i media digitalowe przekroczy 900 mln.

Podkreślenia wymaga fakt, że POT jest nadzorowany (merytorycznie i finansowo) przez ministra właściwego ds. turystyki, a wydatkowanie środków tej instytucji oraz efekty jej pracy podlegają procesowi ministerialnej kontroli zarządczej i także następczo – kontrolom NIK – każdego roku np. w trakcie kontroli wykonania budżetu państwa bądź w ramach kontroli sektorowych.

Ad. 7.
Głównym celem podejmowanej przez Ministra Sportu i Turystyki inicjatywy jest wypracowanie kompleksowego, integralnego i koherentnego systemu silnej polskiej marki. W tym celu kluczowe jest uzgodnienie i stworzenie odpowiadającej wyzwaniom współczesnego świata strategii dla polskiej turystyki.

Pragnę podkreślić, że zostało już wykonanych szereg działań, a część jest na zaawansowanym poziomie realizacji. I tak 10 grudnia 2024 roku w Warszawie odbyła się pierwsza na przestrzeni ostatnich lat konferencja pn. „Wspólna strategia dla branży turystycznej od wizji do realizacji", która stanowi kamień milowy w rozwoju polskiej turystyki. Wydarzenie to przyciągnęło kluczowych przedstawicieli sektora publicznego, regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych, ekspertów ogólnopolskich organizacji branżowych oraz prywatnych przedsiębiorców. Kluczowym punktem programu były dyskusje, które dotyczyły najważniejszych wyzwań i perspektyw oraz dostrzegały ogromny potencjał tego sektora, który może stać się jednym z głównych motorów napędowych polskiej gospodarki. Był to moment podsumowania, niemal rocznego procesu tworzenia diagnozy stanu polskiej turystyki, który przybrał ostatecznie postać *Raportu o stanie gospodarki turystycznej w Polsce i założeniach polityki turystycznej kraju do 2030 roku z perspektywą do 2036 roku.*

Raport jest punktem wyjścia do dalszych aktualnie pozostających w toku prac nad pozyskaniem kompleksowej strategii dla polskiej turystyki. Harmonogram prac zakłada wyłonienie w transparentnej procedurze zamówieniowej, już w tym roku, profesjonalnego podmiotu, który swoją wiedzą i fachowością wspomoże Ministerstwo w stworzeniu kompleksowej strategii polskiej turystyki – co ważne, w uzgodnieniu ze wszystkimi kluczowymi interesariuszami procesu. Za absolutnie kluczowe uznaje się bowiem uzgodnienie planów rozwojowych w możliwie szerokiej współpracy wszystkich zainteresowanych stron.

Z wyrazami szacunku
z up. Ministra

Piotr Borys
Sekretarz Stanu
/podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym/

Do wiadomości: KPRM –DSP

tel.: 222 663 264
kontakt@msit.gov.pl
www.gov.pl/sport

ul. Senatorska 14
00-082 Warszawa