

Informacja o realizacji planu rzeczowo – finansowego na 2013 w układzie zadaniowym za okres od 01 stycznia – 31 grudnia 2013 r.

Opis realizacji zadania 6.4. *Wsparcie i promocja turystyki*

Na realizację zadania 6.4 Wsparcie i promocja turystyki w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano łącznie środki w wysokości **93 465** tys. zł, z czego:

- Dotacja podmiotowa (Część budżetowa 40 – Turystyka) 39 167 tys. zł
- Środki z Unii Europejskiej (Część budżetowa 20 – Gospodarka) 52 489 tys. zł
- Pozostałe przychody POT 1 809 tys. zł

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

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2013 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.
Szacunkowa liczba turystów zagranicznych przyjeżdżających do polski w danym roku (os. w mln)	Wartość miernika jest określana przez Ministerstwo Sportu i Turystyki	

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

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano kwotę **3 599** tys. zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 1 879 tys. zł
- Środków z Unii Europejskiej 1 720 tys. zł

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

Cel ma zostać zrealizowany przez działania:

- Współpraca z branżą 6.4.1.1.
- Współpraca międzynarodowa 6.4.1.2.

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2013 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.
Liczba osiągniętych rezultatów w zakresie kreowania polityki w obszarze turystyki do liczby zaplanowanych do realizacji w danym roku (w %)	Wartość miernika jest określana przez Ministerstwo Sportu i Turystyki	

1. Opis realizacji działania: 6.4.1.1. Współpraca z branżą

Na realizację działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano kwotę **3 149 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **1 429 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **1 720 tys. zł**

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

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2013 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2013r do 31.12.2013r.
Liczba odbiorców informacji z obszaru turystyki w danym roku do roku poprzedniego (w %)	100	117,3

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.:

- W 2013 roku zorganizowano szereg spotkań o charakterze roboczym, konsultacyjnym i warsztatowym dla łącznie ponad 1500 uczestników. Były to m.in.: 7 spotkań z ROT w sprawie wspólnych działań, Forum ROT i LOT, posiedzenie FTP, 14 spotkań branżowych, w tym również dla przedstawicieli polskiego przemysłu spotkań;
- Prowadzono działania promocyjne, w tym: zorganizowano 6 wydarzeń promocyjnych, m.in. imprezę z okazji Światowego Dnia Turystyki oraz 50-lecia Systemu Informacji Turystycznej w Polsce podczas której wręczono odznaczenia „Za zasługi dla turystyki” oraz nagrodzono najlepsze placówki Informacji Turystycznej w Polsce;
- Odbły się 3 konferencje prasowe z udziałem ponad 120 dziennikarzy krajowych i zagranicznych;

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

- Informacje nt. działań POT dystrybuowane były w sposób ciągły poprzez publikację Aktualności Turystycznych. Ukazywały się także publikacje w prasie branżowej (Wiadomości Turystyczne, Rynek Turystyczny);

Działanie 6.4.1.1. Współpraca z branżą
Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.
– zrealizowano ponad 20 spotkań branżowych, w których uczestniczyło ponad 1,5 tys. przedstawicieli branży – wzrost liczby użytkowników portali informacyjnych dostarczających wiedzę i informacje branżowych prowadzonych przez POT – wzrost liczby abonentów Aktualności Turystycznych

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

- Podczas Targów ITB w Berlinie zorganizowano imprezę promocyjną oraz konferencję prasową dla dziennikarzy branżowych, łącznie dla ponad 400 osób;
- Spot promocyjny „Poland – Feel invited” otrzymał trzecie miejsce na Festiwalu filmów promocyjnych i korporacyjnych w Los Angeles w kategorii filmu turystycznego;
- Zakończono realizację działań w podprojekcie Szkolenia w komponencie C Projektu „Promujmy Polskę Razem”. W ostatniej fazie projektu, w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2013 r. przeprowadzono 24 dwudniowe szkolenia regionalne dla 477 przedstawicieli: ROT, LOT, miejskich convention bureaus, administracji rządowej i samorządowej oraz organizacji i stowarzyszeń turystycznych. W ramach całego projektu przeprowadzono 96 dwudniowych szkoleń dla dwóch tysięcy uczestników oraz dwa duże szkolenia centralne;
- W grudniu odbyła się Gala „Złote Logo Polska”, podczas której przyznano wyróżnienia za zaangażowanie w budowaniu wizerunku Polski nowoczesnej i atrakcyjnej za granicą. W Gali udział wzięło 150 osób. Podczas imprezy zaprezentowano m.in. przebieg realizacji projektu Promujmy Polskę Razem;
- W projekcie Lubię Polskę! zrealizowano projekt szkoleniowy pn. Jak przygotować się do przyjęcia turystów z rynku chińskiego, japońskiego i indyjskiego, podczas którego przeszkolono ponad 300 przedstawicieli branży turystycznej i wydrukowano materiały szkoleniowe (1500 egz.). Odbyła się też konferencja merytoryczna dla ponad 40 uczestników, dotycząca działań promocyjnych na rynkach azjatyckich.

2. Opis realizacji działania: 6.4.1.2. Współpraca międzynarodowa

Na realizację działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano kwotę **450 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **450 tys. zł**

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

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 2013 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2013r do 31.12.2013r.
Liczba wydarzeń z udziałem POT w danym roku do roku poprzedniego (w %)	100	88,2

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.:

- W celu pozyskiwania i wymiany wiedzy poprzez aktywne uczestnictwo w działaniach organizacji międzynarodowych, przedstawiciele POT wzięli udział w 11 posiedzeniach i spotkaniach, w tym: ETC Market Intelligence Group, Baltic Tourism Commission, ETC, BTC, MPI Worldwide i innych;
- Udział przedstawiciela PCB w 4 konferencjach i spotkaniach branżowych;

Działanie 6.4.1.2. Współpraca międzynarodowa
Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.
– aktywny udział przedstawicieli POT w spotkaniach, konferencjach i seminariach w zakresie turystyki wypoczynkowej – aktywny udział przedstawicieli PCB w spotkaniach, seminariach i konferencjach przemysłu spotkań – udział w pracach zarządu BTC, ETC i MPI

II. Opis realizacji podzadania: 6.4.2. Wsparcie produktów turystycznych

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano kwotę **3 141 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **3 080 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **61 tys. zł**

Celem podzadania jest: Powiększenie bazy certyfikowanych produktów turystycznych

Mierniki realizacji celu:

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

	Wartość planowana w 2013 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2013r do 31.12.2013r.
Liczba certyfikowanych produktów w danym roku / narastająco (w szt.)	153	153

Cel ma zostać zrealizowany przez:

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

1. Opis realizacji działania: 6.4.2.1. Promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych

Na realizację działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano kwotę **2 676 tys. zł** w ramach:

➤ Dotacji podmiotowej **2 676 tys. zł**

Cel: Zwiększenie dostępności informacji o produktach turystycznych na rynku krajowym

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2013 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2013r do 31.12.2013r.
Liczba odbiorców przekazu informacyjno-promocyjnego dostarczanego z wykorzystaniem różnych kanałów przekazu w danym roku do roku poprzedniego (w %)	103	118,8

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.:

- Przeprowadzono Konkurs EDEN i wyłoniono nowych laureatów 2013 roku, którzy dołączyli do polskiej i europejskiej sieci EDEN. POT jako koordynator konkursu prowadził działania promocyjne rzecz nagrodzonych destynacji, w tym m.in. prezentował ideę i laureatów konkursu EDEN podczas Dnia Ziemi w Warszawie, zorganizowano study tour dla dziennikarzy (efekt – artykuły w Internecie i prasie), dystrybucja e-booka;
- Promowano certyfikowane produkty turystyczne poprzez artykuły promocyjne, organizację wystaw, kampanie outdoor oraz kampanie na największych portalach internetowych. 18 października 2013 r. podczas Targów Tour Salon w Poznaniu przyznano 10 Certyfikatów POT oraz 3 wyróżnienia, a z 9 kandydatów zgłoszonych do Złotego Certyfikatu nominowano 3 produkty. Złoty Certyfikat otrzymał Szlak Architektury Drewnianej;

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

- Prowadzono liczne działania promocyjne i informacyjne w ramach porozumień o współpracy POT z ROT, LOT, m.in. promocja Szlaku Orlich Gniazd, Dolnego Śląska, współorganizacja Festiwalu Tradycji Kaszubskich, warsztaty szkoleniowo-promocyjne w Żarach, Nysie;
- Zrealizowano i wyemitowano, we współpracy z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi 12 nowych telewizyjnych odcinków programu pn. „Nie ma jak Polska”

Działanie 6.4.2.1. Promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.

- reklama w prasie branżowej i specjalistycznej, seria artykułów w magazynie podróżniczym
- realizacja zadań promocyjnych w internecie – kampanie w ramach konkursów na Najlepszy Produkt Turystyczny oraz konkurs EDEN
- prowadzenie portali informacyjno-promocyjnych o charakterze produktowym
- realizacja wydarzeń promocyjnych, warsztatów i prezentacji

2. Opis realizacji działania: 6.4.2.2. Wspieranie rozwoju konkurencyjnych produktów turystycznych

Na realizację działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano kwotę **465 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **404 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **61 tys. zł**

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

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2013 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2013r do 31.12.2013r.
Liczba utworzonych konsorcjów produktowych w danym roku/ narastająco (szt.)	1	1

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.:

- Odbędzie się spotkanie założycielskie Konsorcjum „Zdrowie & Uroda”, które jest dobrowolnym zrzeszeniem podmiotów, działającym samodzielnie w afiliacji przy POT. Jego celem jest wspólne wypracowanie i wdrożenie strategii działań mających na celu zwiększenie zainteresowania

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

produktami polskiej turystyki uzdrowiskowej, medycznej oraz wellness i SPA wśród turystów krajowych i zagranicznych. Spośród obecnych ponad 30 przedstawicieli branży wyłoniona została Rada Programowa Konsorcjum, kontynuowano spotkania robocze;

- Organizacja konkursu na najlepsze Centrum Informacji Turystycznej (CIT): 35 zgłoszeń, 12 laureatów;
- Z okazji jubileuszu 50-lecia systemu Informacji Turystycznej w Polsce przygotowano uroczyste obchody podczas Światowego Dnia Turystyki, gdzie m.in. zaprezentowano historię rozwoju informacji turystycznej w Polsce, odznaczono osoby zasłużone, wyróżniono laureatów konkursu na najlepsze CIT;
- Podczas spotkań i prezentacji w środowiskach naukowych promowano Program Ambasadorów Kongresów Polskich. 24 października 2013 r. we Wrocławiu zorganizowano Galę Ambasadorów Kongresów Polskich. Wzięło w niej udział 120 przedstawicieli branży przemysłu spotkań, środowisk akademickich oraz mediów. W 2013 roku do programu AKP dołączyło 22 Honorowych Ambasadorów;

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

- Dystrybucja informacji i wiedzy z zakresu produktów turystycznych przy użyciu platformy e- learning.

Działanie 6.4.2.2. Wspieranie rozwoju konkurencyjnych produktów turystycznych

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.

- powołanie konsorcjum „Zdrowie i Uroda”
- prowadzenie działań z zakresu integracji branży w przemyśle spotkań oraz promowania Programu Ambasadorów Kongresów Polskich (22 nowych Ambasadorów)
- realizacja zadań w obszarze informacji turystycznej, w tym obchody 50-lecia Systemu Informacji Turystycznej w Polsce i finał konkursu na najlepsze placówki IT (12 laureatów)

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

Na realizację podzadania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano kwotę 86 725 tys. zł w ramach:

- Dotacji podmiotowej 34 208 tys. zł
- Środków z Unii Europejskiej 50 708 tys. zł
- Pozostałe przychody POT 1 809 tys. zł

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.:

- W 2013 roku zorganizowano polskie stoiska narodowe na dużych imprezach targowych, w tym m.in.: w Berlinie (ITB – 1476 m²), Madrycie (FITUR – 144 m²), w Brukseli (Salon de Vacances 80 m²), w Moskwie (MITT – 130 m²) oraz w Londynie (WTM – 299 m²);
- W ramach prowadzonych kampanii i działań promocyjnych wykorzystywano różnorodne narzędzia dotarcia, m.in. imprezy promocyjne, konkursy, Internet (w tym media społecznościowe), prasę konsumencką i branżową, radio oraz warsztaty i prezentacje;
- W podróżach studyjnych udział wzięło 102 dziennikarzy i 41 organizatorów turystyki;
- W ramach Kongresu Stowarzyszenia Brytyjskich Dziennikarzy Turystycznych w Zakopanem zorganizowano podróż studyjną dla 86 dziennikarzy;
- W V Polsko-Ukraińskim Forum Turystycznym, zorganizowanym przez POT we wrześniu 2013 roku udział wzięło 15 biur ukraińskich i 22 przedstawicieli polskiej branży; a w Workshopie Turystyki Przyjazdowej - 40 zagranicznych przedstawicieli;
- W ramach współpracy z krajami Grupy Wyszehradzkiej przedstawiciel POT wziął udział w odbywającym się w marcu spotkaniu generalnym V4 we Wrocławiu oraz w spotkaniu roboczym jesienią na Węgrzech. Zorganizowano podróż studyjną dla organizatorów podróży z kilku krajów Ameryki Płd. oraz warsztaty podczas targów BRAZTOA, warsztaty Roadshow w Rosji, na Białorusi, Ameryce Łacińskiej (ponad 600 uczestników tylko w II półroczu 2013 r.), prowadzono kampanie w internecie (też Program Signature w USA) oraz na bieżąco uzupełniano treści na stronie internetowej V4;
- w projektach promocyjnych wykorzystywano takie narzędzia dotarcia jak prasę branżową, specjalistyczną i konsumencką oraz reklamę zewnętrzną
- Aktywny udział przedstawiciela POT (spotkania indywidualne, prezentacje) w międzynarodowych targach przemysłu spotkań: IMEX America oraz EIBTM w Barcelonie;
- Zrealizowano prezentacje Roadshow we Włoszech i w Hiszpanii dla blisko 80 przedstawicieli branży przemysłu spotkań;
- Ukazały się liczne wydawnictwa, m.in.: Mapa turystyczna Polski, Jedyne i niepowtarzalne, Turystyka aktywna, Po zdrowie i urodę, Największe atrakcje turystyczne Polski, Campingi w Polsce, plakaty produktowe (3);
- Zakupiono wydawnictwa albumowe: Polska (w czterech wersjach językowych) i Atlas Turystyki wiejskiej (w jęz. angielskim);

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

- W ramach kampanii na prowadzonej na rynkach europejskich w projekcie „Promujmy Polskę Razem” trwa kampania internetowa display na rynkach: belgijskim, szwedzkim, duńskim, holenderskim, niemieckim, brytyjskim i francuskim. W Belgii i Szwecji kontynuowane są kampanie outdoorowe promujące polskie produkty z obszaru turystyki aktywnej, w tym: wellness i SPA. Jesienią 2013 r. kampania została rozszerzona o kolejne rynki: włoski, irlandzki, czeski, ukraiński, rosyjski i hiszpański. Przekaz na temat polskich produktów turystycznych kierowany jest do konsumentów za pośrednictwem kampanii w Internecie i prasy, pierwsze

emisje w prasie konsumenckiej ukazały się na rynku hiszpańskim. Wszystkim działaniom realizowanym w ramach kampanii towarzyszy hasło: Poland – Come and find your story;

- W kwietniu 2013 r. w Lille we Francji odbyła się dwudniowa impreza promocyjna dla 250 osób, zorganizowana przez Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Paryżu. Gościem specjalnym wydarzenia był Pan Prezydent RP Lech Wałęsa. Podczas imprezy prezentowano m.in. polską ofertę z zakresu turystyki zdrowotnej oraz wellness i SPA;
- W ramach zorganizowanych podróży dziennikarskich i studyjnych przyjęto 224 przedstawicieli mediów oraz 280 reprezentantów biur podróży;
- W lipcu 2013 r. podczas 70-tego jubileuszowego Tour de Pologne zorganizowano Dzień Polski w Trento. Imprezie towarzyszyły m.in.: reklama Polski na trasie wyścigu i w mediach, 2 koncerty plenerowe, wystawa fotogramów 3D;
- Organizacja 11 wydarzeń FAM TRIP (Warszawa, Poznań, Wrocław, Gdańsk, Kraków) dla przedstawicieli branży przemysłu spotkań z Hiszpanii, Irlandii i innych rynków priorytetowych;
- Prezentacje Roadshow dla branży turystycznej oraz przemysłu spotkań w Chinach, Indiach i Japonii (ponad 400 uczestników) w ramach projektu Lubię Polskę!
- W projekcie Lubię Polskę! rozpoczęto kampanię promocyjną skierowaną do touroperatorów na rynku chińskim, indyjskim i japońskim. Promowane są szczególnie produkty z obszaru turystyki miejskiej i kulturowej. Organizowane są liczne prezentacje i warsztaty (Roadshow) w kluczowych miastach na rynkach azjatyckich. Przedstawiciele branży turystycznej, mediów, środowisk opiniotwórczych zapraszani są na podróże studyjne do Polski. W listopadzie rozpoczęła się kampania online skierowana do konsumentów na rynku chińskim;
- Wydrukowano manual dla branży turystycznej na rynkach azjatyckich (3 wersje językowe) oraz wydawnictwo promocyjne i ulotki dla turystów z tych rynków;

Działanie 6.4.3.1. Planowanie i prowadzenie działań marketingowych

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.

- realizacja kampanii promocyjnych na rynkach zagranicznych w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem”, rozszerzenie działań o kolejne 6 rynków
- realizacja kampanii promocyjnej na rynkach azjatyckich w ramach projektu „Lubię Polskę!”
- intensyfikacja działań promocyjnych z zakresu przemysłu spotkań na rynkach europejskich i azjatyckich w ramach projektów realizowanych z projektów unijnych
- realizacja podróży studyjnych i prasowych dla z ponad 700 uczestników z 20 rynków
- artykuły, edytoriale, reklama w prasie branżowej, specjalistycznej i konsumenckiej
- działania promocyjne w internecie z wykorzystaniem 15 profili społecznościowych oraz narodowego portalu turystycznego, reklama zewnętrzna
- warsztaty, prezentacje i seminaria na ponad 20 rynkach, w których łącznie uczestniczyło blisko 20 tys. osób

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

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

Na realizację działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano kwotę **777 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **299 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **478 tys. zł**

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

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2013 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2013r do 31.12.2013r.
Liczba projektów badawczych zrealizowanych w danym roku (szt.)	7*	7

(*) wartość po nowelizacji budżetu

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.:

- Wykonano prace monitorujące pozycję konkurencyjną Polski: Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej 2013 oraz pracę metodologiczną nt. indeksu konkurencyjności;
- Opracowano analizy rynków zagranicznych: Brazylia, Chile, Australia, rynki azjatyckie (Zjednoczone Emiraty Arabskie, Korea, Turcja);
- Za pośrednictwem stron .travel realizowano badanie wizerunku Polski i preferencji w zakresie przyjazdu do Polski;
- Wydano raport Przemysł Spotkań i Wydarzeń w Polsce 2013;

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

- Zrealizowano badania przed rozpoczęciem kampanii promocyjnej na rynkach azjatyckich, w projekcie *Lubię Polskę!* Wyniki badania uzupełniły informacje do strategii komunikacji na rynkach chińskim, indyjskim i japońskim oraz zarekomendowały kreacje do kampanii na poszczególne rynki. W IV kwartale 2013r. ogłoszono postępowanie na realizację II etapu badań oceniających skuteczność prowadzonych działań na rynkach azjatyckich;
- Przeprowadzono badanie po wdrożeniu zmian Narodowego Portalu Turystycznego;
- Zrealizowano kolejne fale badań realizowanych od początku trwania projektu *Promujmy Polskę* Razem: *Mystery Client* w placówkach IT, badania satysfakcji turystów krajowych i zagranicznych oraz badania skuteczności kampanii (na siedmiu rynkach europejskich);

Działanie 6.4.3.2. Prowadzenie badań marketingowych w turystyce
Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.
– analizy rynków zagranicznych , w tym rynków Ameryki Południowej i Azji – monitoring przemysłu spotkań – monitoring pozycji konkurencyjnej Polski – badania wizerunku Polski, satysfakcji turystów z pobytu w Polsce oraz badania skuteczności prowadzonych działań promocyjnych w projektach Promujmy Polskę Razem i Lubię Polskę!

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 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano kwotę **9 285 tys. zł** w ramach:

- Dotacji podmiotowej **950 tys. zł**
- Środków z Unii Europejskiej **8 335 tys. zł**

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

Mierniki realizacji celu:

	Wartość planowana w 2013 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2013r do 31.12.2013r.
Liczba unikalnych użytkowników portalu w odniesieniu do roku poprzedniego (w %)	104	115,3

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w ramach działania w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.:

- Uruchomiono nową wersję portalu Polska.travel dla wszystkich 22 wersji językowo-rynkowych, również dla urządzeń mobilnych;
- Na koniec grudnia 2013 r. przekroczono liczbę 8 mln wejść na Polska.travel, łącznie z wejściami w ramach kampanii na 6 rynkach i kampanii Lubię Polskę!;
- Uruchomienie systemu CRM – przeniesienie baz danych, szkolenie użytkowników, newsletter SARE/CRM;

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

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

- W roku 2013 zostało zamówionych i zainstalowanych 27 infokiosków: 11 „stacjonarnych”, przeznaczonych do postawienia w bezpośredniej okolicy PIT/CIT oraz 16 infokiosków „przenośnych”, przeznaczonych do wsparcia kampanii informacyjno marketingowych np. podczas imprez, targów i konferencji. Zamówionych zostało też 14 stołów multimedialnych, ich dostawa nastąpi na początku 2014 roku;
- Zaplanowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnych w Internecie dla Narodowego Portalu Turystycznego na rynkach: Rosja, Ukraina, Hiszpania, Czechy, Włochy na lata 2013-2014;
- Promocja Polska.travel na 6 rynkach: Czechy, Węgry, Rosja, Ukraina, Hiszpania i Włochy;
- Zakończenie prac wdrożeniowych systemu CRM;
- System Repozytorium Informacji Turystycznej - zakończono realizację projektu i rozpoczęto integrację z systemami regionalnych organizacji turystycznych (do końca grudnia 2013 r. zintegrowano dwa systemy) oraz dostosowano aplikacje mobilne do nowej bazy danych;
- System Contact Center – kontynuowane są prace nad przyłączeniem placówek Informacji Turystycznej (przyłączenie i przeszkolenie pracowników 15 CIT);
- Przygotowanie i wdrożenie koncepcji Telefonu Bezpieczeństwa działającego w oparciu o zasoby Contact Center, uruchomienie Telefonu Bezpieczeństwa z dniem 1.06.2013 r. W 2013 r. obsłużono łącznie około: 500 zapytań o informację turystyczną, 630 interwencji, 430 zapytań e-mailowych.

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

Efekty rzeczowe (syntetycznie) osiągnięte w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.

- pełne wdrożenie nowej wersji graficzno-funkcjonalnej Narodowego Portalu Turystycznego
- udostępnienie nowych narzędzi w tym planera wycieczek
- zainstalowanie 27 infokiosków
- promocja portalu, realizacja kampanii promocyjnej na rynkach zagranicznych w ramach projektu Promujmy Polskę Razem.

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

Na realizację zadania 17.2 Koordynacja realizacji NSRO 2007 – 2013 oraz zarządzanie i wdrażanie programów operacyjnych w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano łączne środki w wysokości **2.755 tys. zł.** ze środków Unii Europejskiej (Część budżetowa 34 – Rozwój regionalny).

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Opis realizacji podzadania 17.2.7. Wdrażanie PO Innowacyjna Gospodarka

Na realizację podzadania 17.2.7 Wdrażanie PO Innowacyjna Gospodarka w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r. wydatkowano łączne środki w wysokości **2 755 tys. zł.** w ramach:

➤ Środków z Unii Europejskiej **2 755 tys. zł**

Wsparcie POT we wdrażaniu projektów realizowanych w ramach Działania 6.4 w latach 2007 – 2015 polegające na zawarciu umów o dofinansowanie określających wzajemne prawa i obowiązki stron związanych z realizacją, rozliczaniem, monitorowaniem, sprawozdawczością, kontrolą, informacją i promocją, w zakresie projektów w ramach Pomocy Technicznej PO IG dla: działania 9.1 - *Wsparcie zarządzania*, działania 9.2 - *Wypożyczenie instytucji* oraz działania 9.3 - *Informacja i Promocja*.

Celem podzadania jest: efektywne i sprawne wykorzystanie środków pochodzących z Unii Europejskiej w ramach NSRO 2007-2015

Cel miał zostać osiągnięty przez wsparcie Instytucji uczestniczących w realizacji zadania W ramach powyższego realizowane są projekty pomocy technicznej w zakresie: wsparcia realizacji programów operacyjnych, ewaluacji, informacji i promocji.

Mierniki realizacji celu:

	Wartości		Przyczyny odchyłeń wartości osiągniętego miernika.
	Wartość planowana w 2013 r.	Wartość osiągnięta od 01.01.2013 do 31.12.2013 r.	
Wartość środków certyfikowanych do KE dla działania 6.4 PO IG do wartości alokacji w latach 2007 – 2015 dla działania 6.4 PO IG	399 443 tys. zł	349 606 tys. zł	przesunięcie okresu zakończenia realizacji kilku projektów; przedłużający się proces rozliczania końcowego przedsięwzięć, tj. kontroli inwestycji na ich zakończenie; konieczność nakładania korekt finansowych na Beneficjentów

Omówienie najważniejszych czynności zrealizowanych w okresie od 01.01.2013 r. do 31.12.2013 r.:

- Poddano weryfikacji 63 wnioski beneficjentów o płatność złożone do IW, łączna liczba ich wersji (korekt/autokorekt/uzupełnień) wyniosła 165,

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

- Na rzecz beneficjentów Działania 6.4 PO IG dokonano płatności w łącznej kwocie 54 517 tys. zł (13 141 tys. Euro), natomiast od początku realizacji Programu do końca okresu sprawozdawczego osiągnięto wartość 401 929 tys. zł,
- Przeprowadzono działania kontrolne 11 projektów, w tym kontrole na miejscu, kontrole na zakończenie, kontrole trwałości projektów oraz kontrole doraźne,
- Udzielano stałe wsparcie doradcze dla beneficjentów, m.in. poprzez publikowanie na stronie internetowej kluczowych informacji i wzorów dokumentów,
- Sporządzano Poświadczeń i deklaracji wydatków na podstawie wprowadzonych danych w KSI (SIMIK 2007-2013) wraz z aktualizacją rejestru zaliczek oraz rejestru środków odzyskanych i wycofanych (rejestr obciążeń na projekcie),
- Realizowano trzy projekty w ramach Pomocy Technicznej PO IG dla: działania 9.1 - Wsparcie zarządzania, działania 9.2 - Wyposażenie instytucji oraz działania 9.3 - Informacja i Promocja w ramach których sfinansowano m.in.:
 - Trzy szkolenia dla pracowników IW: "Weryfikacja kwalifikowalności podatku VAT po Uchwale NSA z dnia 24 czerwca 2013 r. rozliczenia dotacji i płatności oraz zasady rachunkowości obowiązujące beneficjentów i instytucje", "Tryb udzielenia zamówienia z wolnej ręki oraz zamówienia publiczne poniżej 14 tys. euro po nowelizacji Prawa zamówień publicznych - obowiązki i możliwości zamawiającego, dokumentowanie i niejasności " oraz "Zamykanie Projektów Infrastrukturalnych - Przygotowanie tzw. aneksu czyszczącego do umowy dofinansowania ",
 - Prowadzono działania w zakresie informacji, promocji i szkoleń, m.in.: montaż krótszej wersji spotu (30 sek.) nakręconego w 2012 r. promującego Działanie 6.4 PO IG, emisja w TVN24, TVP Info, Polsat News. Tłumaczenie filmu na j. angielski; zorganizowano szkolenie dla Beneficjentów Działania 6.4 pt. „Archiwizacja dokumentacji projektów realizowanych w ramach Działania 6.4 PO IG”; Wykonanie materiałów promujących Działanie 6.4 PO IG - w sumie 850 sztuk kalendarzy książkowych, ściennych przekładanych, pendrivów oraz płyt DVD z zawartością filmów promujących Działanie 6.4 PO IG,
 - Obsługę prawną świadczoną przez Kancelarię Prawną JTP Jerzy T. Pieróg,
 - Ekspertyzę w zakresie weryfikacji prawidłowości formalnoprawnej przeprowadzonej procedury oceny oddziaływania na środowisko dla jednego z beneficjentów.

Warszawa, dn. 28.03.2014 r.

PREZES
Polskiej Organizacji Turystycznej

Rafał Szmytke