



Małopolska Organizacja Turystyczna

Załącznik do Uchwały nr 05/10/2023
Walnego Zebrania
Członków Małopolskiej Organizacji Turystycznej
z dnia 12 października 2023 roku

PLAN PRACY

**MAŁOPOLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ
NA ROK 2023**

Małastów, dnia 12 października 2023 roku

Spis treści

1. Rok 2023 – rekordy na horyzoncie	4
1.1. Projekt „Małopolska – cel podróży” (część zagraniczna).....	4
1.2. Kampania „Małopolska – cel podróży” (część krajowa).....	7
1.3. Współpraca z telewizją oraz RMF FM	11
1.4. Promocja połączeń lotniczych i współpraca z Kraków Airport	16
1.5. Współpraca z Miastem Kraków.....	17
1.6. Działania promocyjne MOT w sieci.....	20
1.7. Turystyczne Skarby Małopolski	22
2. Projekty	24
2.1. Wizyty studyjne dla dziennikarzy i touroperatorów	24
2.2. Igrzyska Europejskie	27
2.3. Festiwal Piękna	28
2.4. Juromania	29
2.5. Targi Turystyczne.....	29
2.6. Małopolski System Informacji Turystycznej.....	30
2.7. Badania ruchu turystycznego w Małopolsce.....	35
2.8. Badania ruchu turystycznego w Krakowie	37
2.9. Badania podażowe w Małopolsce.....	38
2.10. Badania podażowe w Krakowie.....	39
2.11. Otwarty Szlak Architektury Drewnianej.....	40
2.12. Projekty „Poznaj region” oraz „Małopolska – Meeting&Travel”	42
3. Współpraca z Polską Organizacją Turystyczną i Ministerstwem Sportu i Turystyki	43
3.1. Europejski Kongres Sportu i Turystyki	43
3.2. Konferencja branżowa 2.0. WSPÓŁPRACA – INNOWACJE – TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA.....	44
3.3. Współpraca z Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych.....	44
3.4. Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT	46
3.5. Polski Bon Turystyczny	48
3.6. Mobilne Centrum Edukacji Turystyczna Szkoła	49
3.7. Pozostała współpraca z POT i MSiT.....	50
4. Oznakowanie turystyczne regionu	51

PLAN PRACY MOT NA 2023

5. Małopolski Festiwal Balonowy „Odlotowa Małopolska” i działania z udziałem Balonu Małopolska	52
6. Działania promocyjne realizowane z udziałem Campera Małopolskiego	54
7. 60. Europa Rally	55
8. Plan finansowy Małopolskiej Organizacji Turystycznej na 2023 rok.....	57

PLAN PRACY MOT NA 2023

1. Rok 2023 – rekordy na horyzoncie

Rok 2023 rysuje się jako czas nowych rekordów. Za sobą zostawiamy tragiczne w skutkach dla turystyki fale pandemii. Mimo toczącej się wojny w sąsiedniej Ukrainie z optymizmem przyglądamy się przeformatowanej nowej rzeczywistości i wynikających z niej nowych wyzwań dla małopolskiej branży turystycznej. Tempa nabiera obserwowany od pewnego czasu powrót do poziomu turystyki notowanego w Małopolsce w ostatnich latach zeszłej dekady. U podstaw tych zjawisk leży widoczny optymizm wśród odwiedzających Małopolskę, zwłaszcza zagranicznych gości. W okresie wakacyjnym zanotowano 174% wzrost turystów zagranicznych w porównaniu do okresu wakacyjnego w roku 2022 – z 128 tys. do 352 tys. W samym sierpniu liczba turystów zagranicznych (bez Ukraińców) wzrosła o 198% w porównaniu do sierpnia 2022 – z blisko 63 tys. do 187 tys. Obecność turystów zagranicznych przekłada się na rekordowe statystyki miesięczne Portu Lotniczego Kraków Airport. We wrześniu lotnisko obsłużyło 884 381 podróżnych i zakończyło III kwartały bieżącego roku wynikiem 7,09 mln obsłużonych pasażerów. W historii krakowskiego lotniska to już trzeci raz, kiedy udało się osiągnąć taki wynik. Pozwala to szacować, że w 2023 r. istnieje realna szansa, że jako pierwszy port regionalny w Polsce – obsłuży w tym roku 9 milionów podróżnych. To znowu jest dobrym prognozą rekordowego wzrostu odwiedzających Kraków i Małopolskę w popandemicznej erze.

Okres wiosenno-letni będący gorącym sezonem na podróże studyjne dziennikarzy, influencerów i touroperatorów po Małopolsce był równie optymistyczny. Dotyczy to zarówno ilości organizowanych wizyt jak i kierunków pochodzenia. Rzadkie, często pojedyncze w ostatnich paru latach wizyty z odległych krajów, m.in.: Chin, Japonii, Stanów Zjednoczonych, coraz częściej i liczniej pojawiają się w planach działań promocyjnych organizacji.

Na niespotykaną dotychczas skalę prowadzone są również działania promocyjne na rynku krajowym za sprawą kampanii „Daj się ugościć. Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę” realizowanej w ramach projektu „Małopolska – cel podróży”. Aby utrzymać wysoką dynamikę wzrostu odwiedzających krajowych w regionie Małopolska Organizacja Turystyczna podjęła się promocji Małopolski na rynku krajowym na rekordową skalę. Pociągi do Małopolski, poranki z Małopolską w najpopularniejszych telewizjach śniadaniowych, to tylko nieliczne kampanie promocyjne, wsparte masową kampanią w mediach cyfrowych mające na celu umocnić pozycję marki Małopolski w świadomości naszych rodaków.

1.1. Projekt „Małopolska – cel podróży” (część zagraniczna)

Małopolska Organizacja Turystyczna, w partnerstwie z Województwem Małopolskim i Miastem Kraków realizuje projekt „Małopolska – cel podróży”. Projekt, decyzją Zarządu Województwa Małopolskiego, uzyskał dofinansowanie w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020, 3 Oś Priorytetowa Przedsiębiorcza Małopolska, Działanie 3.3. Umiejdzynarodowienie Małopolskiej Gospodarki,

PLAN PRACY MOT NA 2023

Poddziałanie 3.3.1. Promocja gospodarcza Małopolski. 15 grudnia 2020 roku Zarząd Województwa Małopolskiego zdecydował o dofinansowaniu projektu w kwocie: 8 000 000,00 zł. 25 stycznia 2022 roku Zarząd Województwa Małopolskiego zdecydował o przeznaczeniu dodatkowych środków na realizację projektu w kwocie: 8 000 000,00 zł i wydłużeniu realizacji projektu do 31 grudnia 2023 roku. 30 grudnia 2022 roku został podpisany aneks dla projektu, w którym zwiększono jego budżet o kolejne 8 000 000,00 zł. W sumie obecny budżet projektu to 24 000 000,00 zł. Dodatkowe fundusze są przeznaczone na zrealizowanie kampanii promocyjnej na rynku krajowym w 2023 roku.

„Małopolska – cel podróży” to projekt, który łączy wysiłki Partnerów (Małopolska Organizacja Turystyczna – Lider Projektu, Miasto Kraków, Województwo Małopolskie – Partnerzy) na rzecz stworzenia jednej, spójnej kampanii promocyjnej służącej odbudowie zagranicznego ruchu turystycznego z rynków Wysp Brytyjskich i Niemiec, Włoch, Austrii, Szwajcarii, krajów skandynawskich oraz USA adresowanej do segmentów potencjalnych turystów w przedziale wiekowym 25-50 lat oraz sektora MICE na rynku globalnym.

Celami szczegółowymi projektu są:

- podniesienie zainteresowania bogatą ofertą turystyczną Małopolski i Krakowa oraz pobudzenie potrzeby wyjazdu do Małopolski wśród mieszkańców Niemiec, Wysp Brytyjskich, Austrii i Szwajcarii, krajów skandynawskich, USA i Włoch;
- kreowanie pozytywnego wizerunku Małopolski jako miejsca gwarantującego różnorodność doświadczeń turystycznych, wysoką jakość oferty turystycznej poprzez promocję dziedzictwa kulturowego, kulinarnego, oferty turystyki aktywnej, w tym rowerowej oraz oferty wellness i spa;
- zwiększenie rozpoznawalności Małopolski i Krakowa zagranicą jako atrakcyjnego miejsca do organizacji międzynarodowych konferencji, kongresów i spotkań biznesowych, konkurencyjnego wobec innych miast tej części Europy. Promocja oferty dla klienta biznesowego rozumiana jest jako promocja infrastruktury regionu oraz przedsiębiorstw zajmujących się profesjonalną organizacją kongresów i konferencji (firmy PCO) oraz podróży motywacyjnych (firmy DMC).

W ramach projektu została przygotowana i zrealizowana kampania promocyjna o charakterze wizerunkowo-produktowym na rynkach międzynarodowych, strategicznych dla przyjazdów turystycznych do Małopolski i Krakowa jako odpowiedź na kryzys na rynku turystycznym Małopolski z uwagi na COVID-19, w szczególności drastyczny spadek zagranicznych podróży turystycznych do Krakowa i Małopolski, i co za tym idzie bardzo trudne położenie branży turystycznej w województwie małopolskim (będącej znaczącą gałęzią gospodarki regionalnej). Kampania zakłada znaczące wsparcie w ożywianiu i stymulowaniu na nowo ruchu turystycznego w Małopolsce i Krakowie, a tym samym wznawianie koniunktury na produkty i usługi branży turystycznej.

MOT koordynuje całość działań, przygotował koncepcję kreatywną kampanii, zrealizował działania PR i e-PR oraz content marketing, stworzył landing page oraz media

PLAN PRACY MOT NA 2023

społecznościowe, a także grafiki i serię filmów reklamowych. Ponadto MOT na bieżąco pozyskuje zdjęcia oraz zajmuje się organizacją wyjazdowych misji dla przedstawicieli branży turystycznej i akcjami ambientowymi.

Województwo Małopolskie przeprowadziło kampanię wizerunkową w 2022 roku i obecnie realizuje kampanię w 2023 roku w oparciu o sieć wyszukiwania Google, sieć reklamową Google i sieć YouTube, GDN, systemy i narzędzia powiązane (np. E-mailing, kampania w aplikacjach, Video online), na portalach rezerwacyjnych oraz stronach linii lotniczych. Działania są ukierunkowane na odbiorców spędzających w Małopolsce czas wolny.

Miasto Kraków prowadzi kampanię reklamową zorientowaną na branżę MICE poprzez: działania promocyjne w prasie i w Internecie w zagranicznych mediach branżowych, reklamę natywną podpartą kampanią banerową w zagranicznych mediach opiniotwórczych, kampanie odstonowe i adwords w Internecie, działania promocyjne w mediach Krakow Convention Bureau (FB, Instagram YouTube, pozycjonowanie strony www), produkcja wirtualnych spacerów, materiałów multimedialnych prezentujących sylwetki tzw. Ambasadorów Krakowa i Małopolski, udział w międzynarodowych targach turystyki biznesowej.

8 marca 2021 roku została podpisana umowa o dofinansowanie z Małopolskim Centrum Przedsiębiorczości, na podstawie której rozpoczęto realizację projektu. W pierwszej fazie przygotowano brief komunikacyjno-marketingowy, koncepcję kreatywną kampanii oraz przygotowano materiały, które są wykorzystywane w działaniach promocyjnych, m.in. spoty czy grafiki. Następnie w latach 2021, 2022 i 2023 zostało zorganizowanych 8 misji gospodarczych oraz zrealizowano 15 wydarzeń typu ambient marketing. Były to odpowiednio:

Misje gospodarcze:

- misja gospodarcza do Wielkiej Brytanii – 1-4.11.2021 roku,
- misja gospodarcza do Wielkiej Brytanii – 31.01-3.02.2022 roku,
- misja gospodarcza do Niemiec – 21-24.03.2022 roku,
- misja gospodarcza do Niemiec – 9-12.05.2022 roku,
- misja gospodarcza do Wielkiej Brytanii – 6-9.11.2022 roku,
- misja gospodarcza do Norwegii – 11-13.01.2023 roku,
- misja gospodarcza do Niemiec – 21-23.03.2023 roku,
- misja gospodarcza z Włoch – 26-29.09.2023 roku.

Wydarzenia typu ambient marketing:

- Larino, Włochy – 4.06.2022 roku,
- Toskania, Włochy – 21-24.07.2022 roku,
- Düsseldorf, Niemcy – 27-28.08.2022 roku,
- Nowy Jork, USA – 2.10.2022 roku,
- Zurych i Salzburg, Szwajcaria i Austria – 30.01-08.02.2023 roku,
- Miami, USA – 9-12.02.2023 roku,
- Herning, Dania – 22-28.02.2023 roku,

PLAN PRACY MOT NA 2023

- Berlin, Niemcy – 7-9.03.2023 roku,
- Wiedeń, Austria – 15-16.04.2023 roku,
- trasa centralna (Niemcy, Austria, Szwajcaria, Włochy) – 17-25.04.2023 roku,
- Oslo, Norwegia – 3.05.2023 roku,
- Sztokholm, Szwecja – 12.05.2023 roku,
- trasa nordycka (Dania, Norwegia, Szwecja) – 8-19.05.2023 roku,
- Chicago, USA – 14-16.09.2023 roku,
- Berlin, Niemcy – 5.10.2023 roku.

Do końca 2023 r. planowane są dodatkowo:

Misje gospodarcze:

- misja gospodarcza do Austrii – 16-18.10.2023 roku,
- misja gospodarcza do Szwecji – 8-10.11.2023 roku.

Wydarzenia typu ambient marketing:

- Londyn, Wielka Brytania - 2.11.2023 r.
- Londyn, Wielka Brytania - 7.11.2023 r.

Stworzone zostały social media projektu w języku niemieckim i angielskim (Facebook, Instagram i YouTube) oraz landing page (www.wideopen.travel). Dodatkowo przygotowano szereg grafik dedykowanych danemu segmentowi projektu. Grafiki powstały w języku angielskim i niemieckim, a przy okazji poszerzeniu projektu stworzono wersję włoską oraz polską grafik. Ich zakres poszerzono też o dedykowane projekty w tematyce zimowej oraz dodatkowe projekty graficzne. Przy okazji drugiego poszerzenia projektu przygotowano także polskie wersje spotów promocyjnych.

Na bieżąco są prowadzone działania związane z aktualizacją strony internetowej oraz mediów społecznościowych. Przez cały okres trwania projektu będą pozyskiwane zdjęcia promocyjne, które wykonuje wybrany w procedurze fotograf. Do realizacji projektu został także zatrudniony grafik oraz copywriterzy w języku angielskim i niemieckim, którzy swoje działania będą prowadzić do końca 2023 r. Cały czas trwają także prace dotyczące rozliczenia projektu.

Działania Urzędu Miasta Krakowa są realizowane zgodnie z przyjętym harmonogramem. Działania Województwa Małopolskiego będą zakończone w październiku 2023 r. Cały projekt przewidziany jest do 31 grudnia 2023 r.

1.2. Kampania „Małopolska – cel podróży” (część krajowa)

Projekt „Małopolska – cel podróży” decyzją Zarządu Województwa Małopolskiego rozszerzony został o komponent krajowy w kwocie 8 000 000,00 zł. Projekt jest realizowany z funduszy unijnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020, 3. Oś Priorytetowa Przedsiębiorcza Małopolska, Działanie

PLAN PRACY MOT NA 2023

3.3. „Umiędzynarodowienie małopolskiej gospodarki”, Poddziałanie 3.3.1. „Promocja gospodarcza Małopolski” typ E. promocja oferty gospodarczej regionu – przeciwdziałanie negatywnym skutkom epidemii COVID-19.

Projekt realizowany jest przez Małopolską Organizację Turystyczną jako Lidera w partnerstwie z Województwem Małopolskim i Miastem Kraków od 1 stycznia 2023 roku do 31 grudnia 2023 roku. Część krajowa projektu ma na celu promocję Krakowa i Małopolski na polskim rynku jako miejsc atrakcyjnych turystycznie. Rezultatem długofalowym ma być zwiększenie ilości turystów krajowych odwiedzających Kraków i Małopolskę nie tylko w sezonie wakacyjnym. Część krajowa projektu będzie się opierać na realizacji kompleksowych, zakrojonych na szeroką skalę działań medialnych adresowanych do odbiorcy krajowego, które stanowiąc będą prezentację tych walorów regionu, które są kluczowe dla wyboru Krakowa i Małopolski jako destynacji turystycznej. Założeniem projektu „Małopolska – cel podróży” są działania, które przyczynią się do dalszego, pozytywnego trendu, związanego z odbudową ilości podróży turystycznych do Małopolski na poziomie sprzed pandemii.

W ramach rozszerzenia projektu „Małopolska – cel podróży” o działania promocyjne na rynku krajowym zadania objęte przeprowadzenie ogólnopolskiej czteroczesnej kampanii promocyjnej w mediach z wykorzystaniem stacji telewizyjnych i radiowych. Zgodnie z zasadami i dobrą praktyką, parametry zaplanowanych działań medialnych opierają się o media plan, przygotowany w trakcie realizacji projektu przez podmiot zewnętrzny. W ramach realizacji kampanii medialnej zakupiony został czas antenowy i audycje od dostawców audiowizualnych i radiowych usług medialnych. Ponadto w ramach działań związanych z dostosowaniem kampanii zagranicznej na rynek polski niezbędne były działania w zakresie przygotowania spolszczonych wersji spotów dostosowanych do wymagań telewizyjnych oraz przygotowania zimowych wersji spotów i key visual. Jednym z najważniejszych elementów kampanii jest gest otwartych drzwi, który podkreśla hasło kampanii: „Daj się ugościć. Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę”.

W ramach kampanii medialnej od 1 maja do 30 listopada 2023 roku na antenach największych polskich stacji telewizyjnych: TVP (oraz kanały tematyczne), POLSAT (oraz kanały tematyczne) i TVN (oraz TVN7, TVN24) emitowane są spoty podkreślające bogactwo oferty turystycznej Małopolski i Krakowa. Zaplanowane jest ponad 6200 emisji spotów (15 i 30 sekundowych) przedstawiających walory turystyczne w oparciu o 5 kluczowych segmentów turystyki regionu: turystyki kulturowej, turystyki aktywnej, turystyki wellness i spa, turystyki kulinarnej oraz turystyki biznesowej. Kampania wzmocniona jest również działaniami marketingowymi w Internecie, mediach społecznościowych oraz w serwisie vod/player, gdzie zaplanowano minimum 1 mln emisji spotów. Tak szeroka kampania ma dotrzeć do każdego Polaka. Oglądające je osoby mogą poczuć, że właśnie w Małopolsce i jej stolicy przeżyją niezwykłą przygodę na łonie przyrody, zachwycą się arcydziełami sztuki i architektury oraz poczują niepowtarzalne smaki. Temu przekazowi towarzyszą obrazy malowniczych szlaków, najpiękniejszych zabytków, lokalnych specjałów i kojących zabiegów zdrowotnych i kosmetycznych.

PLAN PRACY MOT NA 2023

Ponadto w stacjach telewizyjnych prowadzona jest szeroka kampania promocyjna w ramach topowych programów i audycji telewizyjnych wraz z oprawą w Internecie oraz mediach społecznościowych. W TVP w porannym programie „Pytanie na Śniadanie” do końca października zaplanowane jest 17 emisji programu z wejściami pogodowymi oraz felietonami prosto z ciekawych miejsc oraz interesujących wydarzeń w Małopolsce. W ramach porannego pasma śniadaniowego w sobotnie poranki odkrywamy wyjątkowe miejsca, jesteśmy obecni podczas największych imprez, a przede wszystkim poznajemy wielu interesujących ludzi. Podpowiadamy też, gdzie wybrać się na weekend lub na dłużej, czego posmakować i spróbować, jakie trasy rowerowe i narciarskie wybrać, aby w najbardziej udany sposób spędzić czas w Małopolsce.

Lista wejść pogodowych „Pytania na Śniadanie”:

- 14.01.2023 - Centrum Szkoleń Narciarskich i Snowboardowych Nosal,
- 21.01.2023 - Centrum narciarstwa Master Ski Tylicz,
- 28.01.2023 - stacja narciarska Witów-Ski,
- 4.02.2023 – Mogielica,
- 11.02.2023 - Stacja Narciarska na Wierchu Rusińskim - RUSIŃ-SKI,
- 18.02.2023 - Kraków Rynek Główny,
- 25.02.2023 - Słotwiny Arena,
- 29.04.2023 - Ojcowski Park Narodowy,
- 6.05.2023 - Przystań Flisacka w Sromowcach Niżnych,
- 13.05.2023 - Fort Borek Kraków,
- 20.05.2023 - Ośrodek Rekreacyjny Balaton w Trzebini,
- 27.05.2023 - Muzeum Lotnictwa Polskiego Kraków,
- 3.06.2023 - Bulwary wiślane w okolicy Wawelu i Kino Kijów (Parada Smoków),
- 16.09.2023 - Muzeum Małopolski Zachodniej i Zamek Lipowiec (Juromania),
- 23.09.2023 - Kraków Stary Kleparz, Żywe Muzeum Obwarzanka, Dom pod Globusem,
- 30.09.2023 - Muszyna Ogrody Sensoryczne i Tematyczne, zamek, ratusz, rynek (jarmark muszyński),
- 07.10.2023 - Centrum Przyrodniczo-Edukacyjne Brama w Gorce.

W stacji TVN w ramach działań promocyjnych można podziwiać region i jego stolicę w dużych formatach programu „MasterChef – Wielkie Grillowanie” oraz „MasterChef” (łącznie 3 odcinki). Francuski restaurator i juror w programie Michel Moran wraz z całą ekipą przyjechali do Krakowa, aby pokazać uroki królewskiego miasta. Stolicę Małopolski promowaliśmy również w porannych programach: „Dzień dobry TVN!” (3 wejścia pogodowe) oraz „Dzień dobry Wakacje” (2 weekendowe studia plenerowe z wywiadami na żywo, felietonami, wejściami pogodowymi, wejściami w ramach kącika kulinarnego). Kraków i Małopolska były obecne także w turystycznym programie „Polska na weekend” (2 audycje), prowadzonym przez znakomitego dziennikarza Jakuba Poradę. Tak szeroka kampania pozwoli dotrzeć z zaproszeniem do Krakowa i Małopolski do Polaków w całym kraju.

PLAN PRACY MOT NA 2023

Lista wejść pogodowych "Dzień dobry TVN" i "Dzień dobry Wakacje":

- 3.6.2023 - Kraków: Szlak kobiet Krakowa „Krakowianki”,
- 8-9.07.2023 - Kraków: studio Bulwary Wiślane okolice Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha, pogoda Park Lotników Polskich w Krakowie – Krakowskie Malediwy, felietony - Muzeum Fotograficzne w Krakowie MUFO, Wystawa Tetmajera w Pałacu Krzysztofory, Park W. Szymborskiej i mural na ul. Rajskiej, Ogród Zoologiczny, Ogród Botaniczny, Ogród Doświadczeń, Błonia, Lasek Wolski; kuchnia Barka na Wiśle,
- 5-6.08.2023 - Kraków: studio i kuchnia Centrum Kongresowe ICE, felietony: Stary Kleparz, Restauracja ul. Filipa, Skwer Judah, Bulwary Wiślane, Międzynarodowe Centrum Kultury, aleja Róż, Bastion „Kleparz”, Fort „Borek”, Fort „Kościuszko”,
- 13.08.2023 - Kraków: Krakowska Linia Muzealna Zajezdnia Tramwajowa Nowa Huta.

MasterChef - Wielkie Grillowanie:

- 14 i 21.05.2023 Kraków Zakrzówek.

W ramach kampanii promocyjnej z wykorzystaniem radia byliśmy obecni na antenie radia RMF FM, we współpracy z którym poprzez niestandardowe działania promocyjne zabraliśmy słuchaczy z całej Polski na wakacje do regionu. W czerwcu i lipcu na tory wyjechały 4 wakacyjne pociągi do różnych części Małopolski:

- 24 czerwca: **Gdynia Główna** – Działdowo – Warszawa Wschodnia – Łódź Widzew – **Kraków Główny**;
- 8 lipca: **Warszawa Wschodnia** – Kielce – Kraków Główny – Tarnów – **Nowy Sącz**;
- 22 lipca: **Poznań Główny** – Ostrów Wielkopolski – Katowice – Kraków Główny – **Zator**;
- 29 lipca: **Wrocław Główny** – Opole Główny – Gliwice – Katowice – Kraków Główny – **Tarnów**.

Na słuchaczy czekały liczne atrakcje, świetna muzyka i wyjątkowi goście zarówno podczas samej trasy, jak i w miejscach docelowych. Na pokładzie znalazły się gwiazdy polskiej muzyki, sportowcy, influencerzy, kucharze, trenerzy oraz Polki i Polacy, którzy bilety na przejazdy pociągami zdobyli w ogólnopolskim konkursie organizowanym przez RMF FM (do udziału w akcji zgłosiło się łącznie 1089 osób). Każdy przejazd stał się niezapomnianym przeżyciem dla kilkuset osób, które wsiadły na pokład (blisko pół tysiąca słuchaczy). W ramach popularyzacji akcji wakacyjnych pociągów do Małopolski zrealizowano 59 wejść antenowych z odniesieniami do kampanii, w których pojawiały się m.in. odwołania do Małopolski i Krakowa jako celu podróży, atrakcji turystycznych regionu oraz odwołania do hasła kampanii. Promocja została wzmocniona poprzez produkcję 4 wersji spotów radiowych i ich emisję na antenie RMF FM w czerwcu i lipcu. Zrealizowano 109 emisji spotów radiowych 40 sekundowych. Kampania promocyjna dotarła ze swoim zasięgiem do ponad 31 mln. osób. Dodatkowo działania promocyjne zostały wzmocnione w serwisie internetowym RMFon, gdzie wyemitowano 160 spotów 40 sekundowych, zachęcając do odwiedzenia Krakowa i odkrycia Małopolski. Ponadto wydarzenie „Wakacyjne pociągi do Małopolski” miało priorytetowe wsparcie w serwisach

PLAN PRACY MOT NA 2023

informacyjnych RMF FM; w Faktach RMF FM pojawiło się w sumie ponad 70 różnych informacji na temat akcji. Kilkanaście dodatkowych informacji pojawiło się także w internetowym Radio RMF24. Oprócz tego zachęcano szerokie grono słuchaczy do zainteresowania się atrakcjami turystycznymi Małopolski w kanałach internetowych RMF FM, gdzie wygenerowano ok. 2 mln odsłon, dotarło poprzez social media do ok. 1,5 mln osób. Według raportu Instytutu Monitorowania Mediów ekwiwalent reklamowy kampanii wyniósł 11,1 mln zł netto. Łączna liczba kontaktów z komunikatem kampanii to 138 mln.

1.3. Współpraca z telewizją oraz RMF FM

1.3.1. Współpraca z telewizją

W ramach krajowej części projektu „Małopolska – cel podróży” w kampanii „Daj się ugościć. Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę” realizujemy 17 emisji do programu „Pytanie na Śniadanie”, które są podzielone na trzy cykle: zimowy, wiosenny i jesienny. W każdym programie emitowane będzie pięć wejść pogodowych na żywo z danego miejsca, z minimum czterema gośćmi.

W ferie zimowe zrealizowaliśmy łącznie 35 wejść pogodowych do programu „Pytanie na Śniadanie” w 7 kolejnych sobót, w 7 lokalizacjach na terenie całej Małopolski. Cała seria rozpoczęła się pod Nosalem, gdzie oficjalnie rozpoczęliśmy sezon ferii zimowych. Gościem specjalnym programu była duma polskich skoków narciarskich – Adam Małysz. Kolejne wejścia pogodowe realizowaliśmy w Centrum Narciarskim MASTER-SKI Tylicz i uczyliśmy naszych widzów podstaw snowboardu, przy akompaniamencie góralskiej muzyki. Trzecią lokalizacją był Witów-Ski wraz z ich sztandarową imprezą Pucharem Witowa, aktywnościami na stoku i biegówkami w Gminie Kościelisko. Pozostając przy wątku nart biegowych, nagrywaliśmy Trasy wokół góry Mogielica, aby pokazać wspaniałe warunki do uprawiania tej formy turystyki aktywnej oraz psie zaprzęgi. Następną realizacją był barwny i gwarny Góralski Karnawał w Bukowinie Tatrzańskiej na Stacji Narciarskiej „RUSIŃ-SKI”. Przedostatnie wejścia pogodowe nagrywaliśmy również w karnawałowych nastrojach, ale tym razem w stolicy Małopolski - Krakowie. Całe ferie zamknęliśmy nagraniami podczas Gymkhany Narciarskiej na stacji narciarskiej Słotwiny Arena Ski & Bike Park.

Jednocześnie we wszystkich tych miejscach i wielu innych ŚLIZG zbierał materiał do kolejnych zimowych odcinków programu emitowanego w TVP3. Powstało osiem 10-minutowych odcinków z uwzględnieniem nowych oraz tych mniej popularnych atrakcji na mapie Małopolski, tradycyjnie z Bartłojem Koszarkiem jako prowadzącym.

ŚLIZG w „pigutce”:

- **20 zimowych atrakcji i aktywności:** Morsowanie na Zakrzówku w Krakowie, Winter Kingdom w Energylandii, lodowisko i tur curlingowy na Tauron Arenie, Ogród Świątet Piotruś Pan, Ice-Park Kraków w Parku Jordana, skitoury w Tatrach i na

PLAN PRACY MOT NA 2023

Turbaczu, Szkoła Mistrzostwa Sportowego w Zakopanem, Goobaya - snowpark Gubałówka, Centrum Narciarstwa Biegowego Gorce Klikuszowa, nordic walking w Ojcowskim Parku Narodowym, Góralski Karnawał w Bukowinie Tatrzańskiej, Trasy wokół góry Mogielica, narty biegowe w Kościelisku, Krzywej i CSZ Ptaszkowa, Stadnina Koni Huculskich "Gładyszów" w Regietowie, Terma Bania, Termy Chochołowskie;

- **25 stacji narciarskich:** Centrum Narciarskie MASTER-SKI Tylicz, Kolej Gondolowa Jaworzyna Krynicka S.A., Słotwiny Arena Ski & Bike Park, Henryk-Ski, Jurgów Ski, Czarna Góra Koziniec SKI, Stacja Narciarska GrapaSki, PKL Palenica, Arena Narciarska Jaworki-Homole, Czarny Groń, Czorsztyn-ski Kluszkowce, Polana Sosny, Długa Polana, Kasina Ski & Bike Park, Białka Tatrzańska Kotelnica Białczańska, Stacja Horników Wierch, Kaniówka Ski Resort, Witów-Ski, PKL Kasprowy Wierch, Stacja Narciarska "RUSIŃ-SKI", Magura Ski Park, Centrum Szkoleń Narciarskich Polana Szymoszkowa, Ośrodek Narciarsko Rekreacyjny Harenda, Szkoła narciarska i snowboardowa STRAMA, Stacja narciarska Suche.

Wiosenny cykl sześciu sobót z Pytanie na Śniadanie rozpoczęliśmy w Ojcowskim Parku Narodowym w dniu 29 kwietnia. Właśnie tu Powiat Krakowski inaugurował letni sezon turystyczny pod hasłem „Bezpiecznie na szlakach”. Kolejną sobotę i wejścia pogodowe rozpoczęliśmy w Sromowcach Niżnych, u flisaków pienińskich, którzy wtajemniczyli widzów w swój flisacki świat. Trzecie nagrania odbyły się w krakowskim Centrum Kultury Podgórze - Fort Borek, który świeżo odrestaurowany otworzył tego dnia swoją ścieżkę dydaktyczną. W Trzebini rozmawialiśmy o trasach rowerowych w Małopolsce, o odbywającym się Małopolska MTB Tour oraz o zbliżających się wówczas Igrzyskach Europejskich 2023. W przedostatnim „Pytaniu na Śniadanie” powróciliśmy do Krakowa na najstarszy zlot camperowy w Europie – 60. Europa Rally. Rozmowy w wejściach pogodowych skupiły się na samym zlocie, miejscu zlotu – Muzeum Lotnictwa Polskiego oraz ponownie na Igrzyskach Europejskich. W ostatnich wiosennych wejściach pogodowych witaliśmy widzów z Kina Kijów oraz Bulwarów Wiślanych, gdzie w pierwszy weekend czerwca odbyła się Parada Smoków. Goście programu opowiedzieli o tajemnicach krakowskich legend, historii oraz o smoczych wydarzeniach.

Wszystkie wejścia pogodowe znajdują się na oficjalnej stronie internetowej programu Pytanie na Śniadanie w zakładce „Kraków i Małopolska”: <https://pytanienasniadanie.tvp.pl/65636328/krakow-i-malopolska>.

W jesiennej odstonie wejść pogodowych w „Pytanie na Śniadanie” pokazaliśmy kolejne cztery miejsca z Małopolski. Były to cztery soboty, począwszy od 16 września, gdzie wraz z kamerami wybraliśmy się na święto Jury Krakowsko-Częstochowskiej. Tydzień później wejście pogodowe dotyczyły 45-lecia UNESCO w Krakowie, a w kolejną sobotę – Muszyny. Natomiast z początkiem października wybraliśmy się do Bramy w Gorce.

PLAN PRACY MOT NA 2023

Oprócz tradycyjnych wejść pogodowych emitowanych w „Pytanie na Śniadanie” w TVP2 ekipa telewizyjna do każdej z 17 emisji nagrywała tematyczne materiały na media społecznościowe (Facebook i Instagram „Pytanie na Śniadanie”), które docierały do dodatkowej ilości osób w przestrzeni internetowej. Na czas trwania nagrań przygotowaliśmy reklamę w formie screeningu wyświetlającą się na stronie, która po kliknięciu przenosiła użytkowników na Facebooka „Odkryj Małopolskę”.

Z programem „Pytanie na Śniadanie” mieliśmy okazję współpracować także przy cyklu „Odkryj Polskę” na prośbę Polskiej Organizacji Turystycznej. Powstało 7 felietonów zapraszających widzów TVP 2 w zakątki Małopolski oraz na Igrzyska Europejskie:

1. Emisja: 05.05.2023
"Najpiękniejsze zakątki Polski - Co zwiedzić w Krakowie?"
2. Emisja: 26.05.2023
"Zakopane - odkrywamy uroki wakacyjnej stolicy Polski!"
3. Emisja: 02.06.2023
"Z czego słynie Krynica Zdrój?"
4. Emisja: 16.06.2023
"Igrzyska Europejskie w Krakowie zbliżają się wielkimi krokami!"
5. Emisja: 23.06.2023
"Spacer po Tarnowie"
6. Emisja: 30.06.2023
"Stary Sącz - atrakcje, historia i kuchnia"
7. Emisja: 07.07.2023
"Muszyna - dlaczego warto odwiedzić to miasto i region?"
8. Emisja: 14.07.2023
"Gródek nad Dunajcem - malownicza miejscowość w Małopolsce"

W drugiej połowie sierpnia aż do końca września prowadzone były nagrania do programu „Sanatorium Miłości”, które będą emitowane przez połowę roku 2024 na antenie TVP1. W ramach realizacji nagrań zostaną pokazane atrakcyjne walory rekreacyjno-zdrowotne oraz kulinarne Beskidu Sądeckiego, Beskidu Niskiego oraz Pienin.

1.3.2. RMF FM

Cztery przejazdy wakacyjnymi pociągami, ponad dwa tysiące kilometrów, blisko tysiąc podróżujących, miliony słuchaczy, ponad 60 gwiazd i gości specjalnych i wreszcie: jedna gościnnie Małopolska. To liczby, które obrazują tegoroczną odstonę akcji „Daj się ugościć! Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę.”, którą Małopolska Organizacja Turystyczna zorganizowała z RMF FM we współpracy z Województwem Małopolskim i Miastem Kraków.

Przejazdy wakacyjnych pociągów „Daj się ugościć!” zostały zaplanowane w taki sposób, by stacje końcowe znajdowały się w najpiękniejszych i najciekawszych miastach Małopolski:

PLAN PRACY MOT NA 2023

- 24 czerwca pierwszy pociąg mknął z Gdyni Głównej aż do Krakowa;
- 8 lipca skład wyruszył z Warszawy Wschodniej do Nowego Sącza;
- pociąg, który wyruszył na tory 22 lipca, rozpoczął swój bieg w Poznaniu Głównym, a ostatnią stacją zaplanowano w Zatorze – Parku Rozrywki;
- finałowy przejazd, 29 lipca, rozpoczął się zaś we Wrocławiu, a stacja końcowa znajdowała się w Tarnowie.

Na kilka dni przed startem pierwszego pociągu na gdyńskim moło stanęła replika krakowskiego pomnika Adama Mickiewicza. Teren wokół pomnika został otoczony winderami kampanii „Daj się ugościć”, a zainteresowani mogli zeskanować kod QR przenoszący na stronę RMF FM z informacjami o wakacyjnych pociągach. Wraz z camperem Małopolski pojawiliśmy się w przeddzień rozpoczęcia akcji obok pomnika, aby zaprosić ludzi do śledzenia i brania udziału w akcji, a także zachęcić do odwiedzenia Krakowa i Małopolski. Wreszcie w pierwszy dzień wakacji 24 czerwca ruszył pociąg „Daj się ugościć” i zawiózł naszych pasażerów z Gdyni do Krakowa na Wianki i Igrzyska Europejskie. Gwiazdy, konkursy, regionalne jedzenie, małopolskie gadzety, treningi, muzyka i doskonała zabawa towarzyszyły podróży przez całą Polskę. Ze znanych twarzy w pociągu można było spotkać Mariusza Kałamagę, Mateusza Gesslerera, Krzysztofa Golonkę czy Anastazję Maciąg.

7 lipca przemierzaliśmy kolejną trasę, tym razem z Warszawy Wschodniej przez Kielce, Kraków i Tarnów aż do Nowego Sącza. Na pokładzie wakacyjnego składu zameldowali się twórcy radiowych przebojów: Blanka, Danzel i Oskar Cymś, oraz kandydaci na Miss i Mister Supranational, oraz Miss Polski 2023. Wśród mocnych małopolskich akcentów znaleźli pienińscy flisacy, panie z Łącka w regionalnych nowosądeckich strojach, czerwone korale oraz regionalne produkty. W sercu Sądecczyzny na pociąg „Daj się ugościć” na pasażerów czekała lokalna impreza z muzyką, gastronomią i występami artystycznymi.

Trzeci pociąg 22 lipca ruszał ze stolicy Wielkopolski - Poznania do Zatora i Energylandii. Po drodze kilka przystanków oraz wiele atrakcji, takich jak koncerty Golec uOrkiestra oraz Blue Cafe, wejściówki do Energylandii, live cooking z Kasią Bosacką i konkursy z biletami między innymi do Zatorlandu. Po przyjeździe na stację Zator – Park rozrywki goście zostali przywitani przez maskotki, ugoszczeni charakterystyczną dla Zatora pizzą z karpim, a następnie zawiezieni specjalnymi pociągami do Energylandii.

W dniu 29 lipca odbyła się ostatnia wakacyjna podróż i prowadziła z Wrocławia do Tarnowa. Mimo najkrótszego dystansu pociąg był równie atrakcyjny co trzy pozostałe. Na pokładzie zagościły gwiazdy muzyczne Natalia Nykiel, DJ Gromee, Sara Chmiel, Big Band Małopolski czy Red Lips. Motywem przewodnim trasy w region EnoTarnowskie było wino, dlatego w pociągu odbyła się profesjonalna prezentacja i degustacja tamtejszych win z udziałem sommelierki. W Tarnowie pociąg został powitany przez złotego melekśa, który zabrał laureatów konkursu na dalszą degustację do winnicy, tarnowskiego przewodnika, a także Centrum Nauki Cogiteon i balon Małopolski.

PLAN PRACY MOT NA 2023

W każdym z pociągów promowaliśmy, rozdawaliśmy i lokowaliśmy produkty różnych podmiotów, instytucji, gmin i firm, które były chętne wziąć udział w akcji. Część chętnych osób pojechała pociągiem „Daj się ugościć” razem z nami. Wszystkie detale łącznie z wystrojem wagonu Wars oraz miejsce dla DJ'a były spójne z grafikami „Daj się ugościć”. Menu dla pasażerów było oparte na małopolskiej kuchni, woda pochodziła z małopolskich źródeł, a w pociągowej bibliotece znajdowały się pozycje i edukacyjne gry planszowe o Małopolsce, pozyskane od partnerów. PKP Intercity na telewizorach wyświetlało filmy partnerów akcji, a prowadzący z RMF FM cały czas komunikowali o atrakcjach regionu Małopolski.

Cała akcja była szeroko i głośno relacjonowana w wielu mediach społecznościowych, na antenie, stronie RMF FM oraz wśród partnerów medialnych. Wspólnie ze stacją zaplanowano cykl aż 56 miniaudycji, w czasie których dziennikarze i dziennikarki prezentowali szczegóły każdego z przejazdów oraz promowali najciekawsze miejsca w Małopolsce. Wszystkie cztery przejazdy były także na żywo relacjonowane przez korespondentów, którzy łączyli się ze stacji początkowych, pośrednich i końcowych ze studiem w Krakowie i Warszawie, przekazując, co aktualnie dzieje się w pociągu oraz na peronach.

Równie ważnym kanałem komunikacji były strony internetowe Grupy RMF oraz social media. Poprzez posty w mediach społecznościowych i relacje w nich z przejazdów każdego z czterech pociągów udało się dotrzeć do ponad 1 300 000 odbiorców. Zaś wsparcie redakcyjne i komunikacja na stronach internetowych www.rmf.fm oraz www.rmf24.pl dały zasięg ponad 1 700 000 użytkowników.

W kampanii wykorzystano również media własne Małopolskiej Organizacji Turystycznej: stronę internetową visitmalopolska.pl, na której na bieżąco zamieszczano komunikaty na temat przejazdów oraz profile „Odkryj Małopolskę” i „Małopolska Organizacja Turystyczna” na Facebooku. To właśnie tam pojawiały się zaproszenia do wzięcia udziału w przejazdach, a także szczegółowe relacje oraz podsumowania.

Akcja była także dokumentowana przez fotografów i operatorów video. Galerie zdjęć każdorazowo pojawiały się w mediach społecznościowych, a także na stronach organizatorów, zaś reportaże video można zobaczyć m.in. za pośrednictwem kanału YouTube kampanii.

Kampania promocyjna dotarła ze swoim zasięgiem do ponad 31 mln osób. Dodatkowo działania promocyjne zostały wzmocnione w serwisie internetowym RMFon, gdzie wyemitowano 160 spotów 40 sekundowych, zachęcając do odwiedzenia Krakowa i odkrycia Małopolski. Ponadto wydarzenie „Wakacyjne pociągi do Małopolski” miało priorytetowe wsparcie w serwisach informacyjnych RMF FM; w Faktach RMF FM pojawiło się w sumie ponad 70 różnych informacji na temat akcji. Kilkanaście dodatkowych informacji pojawiło się także w internetowym Radio RMF24. Oprócz tego zachęcano szerokie grono słuchaczy do zainteresowania się atrakcjami turystycznymi Małopolski w kanałach internetowych RMF FM, gdzie wygenerowano ok. 2 mln odsłon, dotarto poprzez social media do ok. 1,5 mln osób.

Według raportu Instytutu Monitorowania Mediów ekwiwalent reklamowy kampanii wyniósł 11,1 mln zł netto. Łączna liczba kontaktów z komunikatem kampanii to 138 mln.

PLAN PRACY MOT NA 2023

1.4. Promocja połączeń lotniczych i współpraca z Kraków Airport

Siatka połączeń Portu Lotniczego Kraków Airport i stolicy Małopolski z innymi rynkami emisyjnymi jest systematycznie rozwijana. Z Krakowa możemy wybrać kierunki podróży z blisko 150 regularnych połączeń w 33 krajach. Po zesztorocznej reaktywacji takich prestiżowych transatlantyckich kierunków jak: Chicago i Nowy Jork, w roku 2023 przyszła kolej na kolejne połączenia. Wśród nich są kierunki zachodnioazjatyckie: Turcja (Istambuł, Ankara, Antalya); Oceanii Atlantyckiej (Fuerteventura); europejskie destynacje: Hiszpania (Malaga, Walencja, Perugia); Albania (Tirana); Niemcy (Memmingen, Monachium); Francja (Laurdes); Grecja (Rodos); Bułgaria (Varna); Serbia (Belgrad); Wielka Brytania (East Midlands); Irlandia Północna (Belfast) czy krajowe połączenia: Bydgoszcz i Zielona Góra. W gronie 23 linii lotniczych operujących z krakowskiego lotniska, powitano nowych przewoźników. W gronie 23 linii lotniczych operujących z krakowskiego lotniska, powitano nowych przewoźników.

W 2023 roku zaplanowano wzmocnienie komunikacji promocyjnej Krakowa i Małopolski na rynkach Ameryki Północnej. W dniach 10-12 lutego br. w Miami podczas *Kongresu 60 Milionów* – największego dorocznego globalnego zlotu Polonii – zaprezentowano walory turystyczne Krakowa i Małopolski. Nazwa kongresu symbolicznie nawiązuje do blisko 40 milionowej populacji rodaków mieszkających w Polsce i 20 milionowej społeczności polonijnej na całym świecie. Wybór miejsca kongresu i co za tym idzie działań promocyjnych MOT wynikał z przechodniego charakteru wydarzenia. Miasto Miami zostało wybrane jako kolejne po: Berlinie, Rzeszowie, Londynie, Buffalo czy Nowym Jorku, w których odbyły się poprzednie edycje kongresu od 2018 roku.

Głównym elementem działań podczas kongresu było, zorganizowane przy współudziale Portu Lotniczego Kraków Airport oraz Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu – PAIH, spotkanie networkingowe wraz z prezentacją pn. "Economic and Tourist potential of Poland. Experience Krakow. Visit Małopolska". Działania skierowane były do amerykańskich przedstawicieli biznesu, branży turystycznej oraz lotniczej. Warto zwrócić uwagę, że ta ostatnia grupa, w szczególności linie lotnicze chętniej decyduje się na utrzymanie dotychczasowych czy też uruchomienie nowych połączeń gdy region wykazuje zaangażowanie i aktywność marketingową destynacji, przy okazji wspierając działania promocyjne regionalnego lotniska. Podczas wydarzenia promowana była również największa w tym roku multidyscyplinarna impreza sportowa w Europie – Igrzyska Europejskie 2023 European Games Kraków-Małopolska 2023. We wrześniu bieżącego roku w Chicago planowane są kolejne działania promocyjne mające na celu utrzymanie zainteresowania mieszkańców Stanów Zjednoczonych i tej ogromnej metropolii wyjazdami do Krakowa i Małopolski. Wydarzenia są realizowane w ramach projektu "Małopolska - cel podróży" przez Małopolską Organizację Turystyczną we współpracy z Małopolską oraz Miastem Kraków. Projekt finansowany jest w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020.

Współpraca Małopolskiej Organizacji Turystycznej z Kraków Airport miała również miejsce w obszarze wspólnych działań promocyjnych na rynku krajowym. W dniu 7 czerwca

PLAN PRACY MOT NA 2023

2023 roku odbyło się uroczyste otwarcie połączenia Kraków-Zielona Góra, dzięki któremu Małopolska jest w zasięgu Lubuszczań dwa razy w tygodniu w niespełna 1 godzinę. W wydarzeniu udział wzięli m.in. przedstawiciele Portu Lotniczego Kraków Airport, Portu Lotniczego Zielona Góra, Województwa Lubuskiego i Małopolskiego. Wydarzeniu towarzyszył Camper Małopolski.

9 sierpnia 2023 r. na krakowskim lotnisku odbyła się konferencja prasowa, podczas której przedstawiciele Województwa Małopolskiego, Małopolskiej Organizacji Turystycznej oraz Krakow Airport podsumowali ruch turystyczny na półmetku wakacji. Ogłoszono wówczas, że w porównaniu z pierwszym wakacyjnym miesiącem ubiegłego roku, w lipcu 2023 do Krakowa i Małopolski przyjechało o 150 % więcej turystów z zagranicy.

W poniedziałek, 2 października w Hotelu Hilton Garden Inn Kraków Airport odbyła się konferencja prasowa, podsumowująca letni sezon turystyczny w Krakowie i Małopolsce oraz ruch pasażerski w Airport Kraków. Konferencja prasowa odbyła się w ramach konferencji „Współpraca – Innowacje – Turystyka Zrównoważona”. W spotkaniu uczestniczyli: Andrzej Gut-Mostowy - Sekretarz Stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki; Rafał Szmytke - Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej; Piotr Polanek – Dyrektor Departamentu Turystyki Województwa Małopolskiego; Anna Korfel-Jasińska - Zastępca Prezydenta Miasta Krakowa; Grzegorz Biedroń - Prezes Małopolskiej Organizacji Turystycznej oraz Radostaw Włoszek, Prezes Kraków Airport.

1.5. Współpraca z Miastem Kraków

1.5.1. Wizyty studyjne

Małopolska Organizacja Turystyczna wraz z Miastem Kraków realizują wizyty studyjne organizowane dla przedstawicieli szeroko rozumianych mediów oraz osób opiniotwórczych. Proces ten odbywa się w oparciu o współpracę logistyczno-finansową z Polską Organizacją Turystyczną i jej szesnastoma ośrodkami zagranicznymi, Ministerstwem Spraw Zagranicznych, ambasadami oraz Instytutami Polskimi, jak również innymi instytucjami zlokalizowanymi na całym świecie. W ostatnich kilku latach większość dziennikarzy przybywała z krajów europejskich, w 2023 r. notuje się stopniowy powrót mediów z Azji oraz Ameryki Północnej. Szacuje się, że w tym roku odwiedzi nasz region kilkadziesiąt ekip mediowych, czego efektem będzie wielomilionowy ekwiwalent reklamowy.

1.5.2. Wizyty branżowe: fam tripy

MOT, Miasto Kraków oraz POT zapraszają do Małopolski także przedstawiciele branży turystycznej, aby – po zapoznaniu się z produktem – włączyli ofertę sprzedaży miasta i regionu do katalogów reprezentowanych przez siebie marek. Wśród takich gości pojawiają się zarówno menedżerowie wielkich międzynarodowych biur podróży, jak i indywidualni agenci zrzeszeni

PLAN PRACY MOT NA 2023

w globalnych sieciach, wreszcie osoby związane z małymi biurami podróży sprzedającymi wysokobudżetowe podróże dopasowane do potrzeb indywidualnych klientów. Polska na czele z Krakowem i Małopolską wciąż cieszy się ogromnym zainteresowaniem ze strony zagranicznych operatorów turystycznych, których w 2023 r. należy spodziewać się w liczbie ok. dwudziestu grup, przede wszystkim z krajów Europy Zachodniej, co spowodowane jest nadal obecną ze strony innych kontynentów obawą przed wojną w Ukrainie.

1.5.3. Targi turystyczne

MOT oraz Miasto Kraków uczestniczą wspólnie w międzynarodowych i krajowych targach turystycznych, w ramach stoiska regionalnego, jako podwystawca POT. W tym roku promowano się m.in. w Madrycie (FITUR) oraz w Berlinie (ITB), jak również na warszawskich targach turystycznych, które odbyły się w Pałacu Kultury. Pełna lista targów zamieszczona jest na stronie 30 i 31.

1.5.4. Twierdza Kraków

Jednym ze sposobów na rozproszenie ruchu turystycznego poza centrum miasta oraz zainteresowanie nowych grup turystów jest promocja alternatywnych produktów turystycznych, zwłaszcza z segmentu premium. Przykładem takiego produktu jest Twierdza Kraków. Jest to zespół ponad 100 fortów powstałych w czasach monarchii austro-węgierskiej. Wiele z fortów było w czasach swojej świetności świadectwem rozwoju technologicznego oraz nowoczesności. Śladów potęgi wojskowej Twierdzy Kraków możemy w Krakowie wypatrywać dosłownie wszędzie – zarówno w centrum miasta, jak i na jego obrzeżach. W większości położone są w otoczeniu terenów zielonych. Często są to obiekty znane, jak np. Kopiec Kościuszki, Forty Kleparz, ale niektóre z nich zostały zapomniane i czekają aby je odkryć. Część z nich służy mieszkańcom, ale jest też atrakcyjnym miejscem dla turystów. Wśród najbardziej reprezentatywnych fortów wymienić można:

- Fort Borek, w którym mieści się jedna z filii Centrum Kultury Podgórze;
- Fort Jugowice, gdzie utworzono Muzeum i Centrum Ruchu Harcerskiego;
- Fort Benedykt, który wkrótce stanie się siedzibą jednego z oddziałów Muzeum Inżynierii i Techniki w Krakowie.

Planowane jest stworzenie serii filmów promocyjno-informacyjnych dotyczących obiektów wchodzących w skład Twierdzy Kraków. Do potrzeb realizacji filmów powstaje scenariusz do 1 odcinka pt. „Tajemnica Fortu Skąta”, a także wykonywana jest dokumentacja fotograficzna obiektów obronnych i nieobronnych Twierdzy Kraków zgodnie z autorską koncepcją, przedstawiającą „Dramaturgię światła Twierdzy Kraków”, na tle czterech pór roku (lato, jesień, zima, wiosna).

Prace nad promocją i upowszechnianiem wiedzy o Twierdzy Kraków prowadzone są we współpracy Miasta Kraków z Małopolską Organizacją Turystyczną oraz jednostkami miejskimi

PLAN PRACY MOT NA 2023

oraz stowarzyszeniami. Opracowano System Identyfikacji Wizualnej, a sam produkt promowany był m.in. na targach turystycznych w Sztokholmie i Ołomuńcu.

1.5.5. Małopolska – cel podróży

Dążąc do odbudowy ruchu turystycznego po pandemii COVID-19, Miasto Kraków we współpracy z Województwem Małopolskim oraz MOT przygotowało projekt „Małopolska – cel podróży”. Projekt realizowany jest w całości z funduszy unijnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014 – 2020, a jego budżet wynosi 16 000 000,00 zł. Wszystkie zadania zaplanowane w projekcie rozpoczęły się w 2021 r. i zostaną zrealizowane do końca 2023 r. Głównym celem jest promocja Krakowa i Małopolski na arenie międzynarodowej. Początkowo zaplanowano działania na rynku niemieckim i brytyjskim, a w dalszej perspektywie także na rynkach austriackim, szwajcarskim, włoskim, skandynawskim i amerykańskim. W 2023 roku kampania kierowana jest także do turystów krajowych. W oparciu o koncepcję kreatywną powstało szereg materiałów w tym m.in. charakterystyczne kolaże, spoty promocyjne czy też landing page i media społecznościowe. Zakres działań jest bardzo szeroki, realizowane są między innymi ambienty, misje gospodarcze, kampanie w Internecie, kampanie w tematyce MICE. Na początku maja we Włoszech spotkać można było kamper MOT, który promował Kraków i Małopolskę, w tym poprzez możliwość degustacji lokalnych produktów oraz win. Kampania prowadzona jest w 5 obszarach: kultura, sport i turystyka aktywna, spa i wellness, gastronomia, turystyka biznesowa.

W ramach planowanego rozszerzenia projektu „Małopolska – cel podróży” o działania promocyjne na rynku krajowym zakładane zadania objęły przeprowadzenie ogólnopolskiej czterolecznej kampanii promocyjnej w mediach z wykorzystaniem stacji telewizyjnych i radiowych. Jednym z najważniejszych elementów kampanii jest gest otwartych dłoni, który podkreśla hasło kampanii: „Daj się ugościć. Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę”.

W ramach kampanii medialnej od 1 maja do 30 listopada 2023 roku na antenach największych polskich stacji telewizyjnych: TVP (oraz kanały tematyczne), POLSAT (oraz kanały tematyczne) i TVN (oraz TVN7, TVN24) emitowane są spoty podkreślające bogactwo oferty turystycznej Małopolski i Krakowa. Zaplanowane jest ponad 6200 emisji spotów (15 i 30 sekundowych) przedstawiających walory turystyczne w oparciu o 5 kluczowych segmentów turystyki regionu: turystyki kulturowej, turystyki aktywnej, turystyki wellness i spa, turystyki kulinarnej oraz turystyki biznesowej. Kampania wzmocniona jest również działaniami marketingowymi w Internecie, mediach społecznościowych oraz w serwisie vod/player, gdzie zaplanowano minimum 1 mln emisji spotów.

Ponadto w stacjach telewizyjnych prowadzona jest szeroka kampania promocyjna w ramach topowych programów i audycji telewizyjnych wraz z oprawą w Internecie oraz mediach społecznościowych. W TVP w porannym programie „Pytanie na Śniadanie” do końca października zaplanowane jest 17 emisji programu z wejściami pogodowymi oraz felietonami

PLAN PRACY MOT NA 2023

prosto z ciekawych miejsc oraz interesujących wydarzeń w Małopolsce. W ramach porannego pasma śniadaniowego w sobotnie poranki odkrywane były wyjątkowe miejsca Krakowa i Małopolski.

W stacji TVN w ramach działań promocyjnych można było podziwiać region i jego stolicę w dużych formatach programu „MasterChef – Wielkie Grillowanie” oraz „MasterChef” (łącznie 3 odcinki). Francuski restaurator i juror w programie Michel Moran wraz z całą ekipą przyjechali do Krakowa, aby pokazać uroki królewskiego miasta. Kraków i Małopolskę można było odwiedzić i odkryć także w turystycznym programie „Polska na weekend” (2 audycje) prowadzonym przez znakomitego dziennikarza Jakuba Poradę oraz w porannych programach: „Dzień dobry TVN!” (minimum 3 wejścia pogodowe) oraz „Dzień dobry Wakacje” (2 weekendowe studia plenerowe z wywiadami na żywo, felietonami, wejściami pogodowymi, wejściami w ramach kącika kulinarnego). Tak szeroka kampania pozwoli dotrzeć z zaproszeniem do Krakowa i Małopolski do Polaków w całym kraju.

W ramach kampanii promocyjnej z wykorzystaniem radia została zaplanowana obecność na antenie radia RMF FM, we współpracy z którym poprzez niestandardowe działania promocyjne zabierano słuchaczy z całej Polski na wakacje do regionu. W czerwcu i lipcu na tory wyjechały 4 wakacyjne pociągi do różnych części Małopolski: 24 czerwca: Gdynia Główna – Działdowo – Warszawa Wschodnia – Łódź Widzew – Kraków Główny; 8 lipca: Warszawa Wschodnia – Kielce – Kraków Główny – Tarnów – Nowy Sącz; 22 lipca: Poznań Główny – Ostrów Wielkopolski – Katowice – Kraków Główny – Zator. 29 lipca: Wrocław Główny – Opole Główny – Gliwice – Katowice – Kraków Główny – Tarnów. Na słuchaczy czekały liczne atrakcje, świetna muzyka i wyjątkowi goście zarówno podczas samej trasy, jak i w miejscach docelowych. Na pokładzie znalazły się gwiazdy polskiej muzyki, sportowcy, influencerzy, kucharze, trenerzy oraz Polki i Polacy, którzy bilety na przejazdy pociągami mogli zdobyć w ogólnopolskim konkursie organizowanym przez RMF FM. W ramach popularyzacji akcji wakacyjnych pociągów do Małopolski przewidziane było minimum 45 wejść antenowych z odniesieniami do kampanii, w których pojawiły się m.in. odwołania do Małopolski i Krakowa jako celu podróży, atrakcji turystycznych regionu oraz odwołania do hasła kampanii. Promocja została wzmocniona poprzez produkcję 4 wersji spotów radiowych i ich emisję na antenie RMF FM w czerwcu i lipcu. Wyemitowano ponad 90 spotów radiowych 40 sekundowych oraz dodatkowo spotów w serwisie internetowym RMFon, które zachęcały do odwiedzenia Krakowa i odkrycia Małopolski.

W czerwcu zorganizowano również wspólnie ambient Mickiewicz spędza wakacje w Gdyni.

1.6. Działania promocyjne MOT w sieci

W roku 2023 Małopolska Organizacja Turystyczna kontynuuje intensywną działalność promocyjną w sieci. Na dzień 12 października 2023 roku 42 000 osób lubi profil MOT na Facebooku, a liczba osób obserwujących stronę wzrosła do 45 000. Prowadzimy również profil Małopolskiej Organizacji Turystycznej na Instagramie oraz, w imieniu Województwa

PLAN PRACY MOT NA 2023

Małopolskiego, media społecznościowe Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej MSIT: stronę „Odkryj Małopolskę” na Facebooku obserwuje ponad 51 000 użytkowników, na Instagramie ponad 10 000. Prowadzimy również social media projektu „Małopolska – cel podróży” w języku niemieckim i angielskim (Facebook, Instagram i YouTube: „Experience Kraków. Visit Małopolska” oraz „Erlebe Krakau. Besuche Małopolska”), a także landing page (www.wideopen.travel).

W mediach społecznościowych Małopolskiej Organizacji Turystycznej na bieżąco informujemy o działaniach MOT, prezentujemy efekty wizyt studyjnych dla dziennikarzy i touroperatorów, zaznaczamy obecność na targach turystycznych i relacjonujemy wyjazdy promocyjne Campera Małopolskiego oraz organizowane wydarzenia, również te, z udziałem Balonu Małopolska. Podajemy także informacje o małopolskich atrakcjach turystycznych i wydarzeniach, głównie tych, związanych z Członkami MOT. W pierwszej połowie roku duży nacisk położyliśmy na promocję Igrzysk Europejskich Małopolska-Kraków 2023. Nasze media społecznościowe są również głównym kanałem zapowiedzi i relacjonowania wydarzeń w ramach kampanii „Daj się ugościć! Odwiedź Kraków, Odkryj Małopolskę!”. Publikowaliśmy również posty kampanii „Małopolska, zasmakuj w podróży” realizowanej przez Województwo Małopolskie. Byliśmy również zaangażowani w promocję Festiwalu Piękna, który odbywał się w lipcu w Nowym Sączu.

W 2023 roku Małopolska Organizacja Turystyczna administruje i prowadzi redakcję następujących stron internetowych:

- Województwo Małopolskie: www.visitmalopolska.pl (działanie realizowane w ramach projektu pn. Utrzymanie trwałości projektu m_MSIT – mobilny Małopolskie System Informacji Turystycznej i jego rozwój)
- Małopolska Organizacja Turystyczna: www.mot.krakow.pl,
- Szlak Architektury Drewnianej: www.drewniana.malopolska.pl,
- Projekt „Małopolska – cel podróży”: www.wideopen.travel

oraz profili na następujących portalach społecznościowych:

Facebook:

- Profil MSIT „Odkryj Małopolskę”: www.facebook.com/MSIT.OdkryjMalopolske (działanie realizowane w ramach projektu pn. Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej)
- Profil Małopolskiej Organizacji Turystycznej: www.facebook.com/mot.krakow,
- Profil Szlaku Architektury Drewnianej: www.facebook.com/drewniana.malopolska,

PLAN PRACY MOT NA 2023

- Profil Projektu „Małopolska – cel podróży” w języku angielskim <https://www.facebook.com/experiencekrakow/> i w języku niemieckim <https://www.facebook.com/erlebekrakau/>,

Instagram:

- Profil MSIT „Odkryj Małopolskę”: www.instagram.com/odkryj_malopolske/ (działanie realizowane w ramach projektu pn. Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Sytemu Informacji Turystycznej),
- Profil MOT: https://www.instagram.com/malopolska_mot/ - ostatnio przekroczyliśmy liczbę 1000 obserwujących.
- Profil Projektu „Małopolska – cel podróży” w języku angielskim <https://www.instagram.com/experiencekrakow/> i w języku niemieckim <https://www.instagram.com/erlebekrakau/>

a także:

YouTube:

- Profil Małopolskiej Organizacji Turystycznej
- Profil Projektu „Małopolska – cel podróży” w języku angielskim i niemieckim

1.7. Turystyczne Skarby Małopolski

Turystyczne Skarby Małopolski to konkurs na najlepsze oferty i produkty turystyczne Województwa Małopolskiego. Ideą konkursu jest wyłonienie i nagrodzenie najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turysty goszczącego w Małopolsce przedsięwzięć i inicjatyw, dzięki którym Województwo Małopolskie jest najchętniej odwiedzanym polskim regionem. Celem konkursu jest jednak nie tylko promocja małopolskich skarbów, ale również podniesienie jakości usług turystycznych oraz zainspirowanie samorządów i branży turystycznej do podejmowania kolejnych działań w regionie, który każdego roku przyciąga miliony turystów.

26 lipca 2023 r. ruszyła piąta edycja konkursu Województwa Małopolskiego. 18 sierpnia zakończył się pierwszy etap konkursu, w którym można było zgłaszać konkursowe kandydaty w 6 kategoriach:

- Miejsce z klimatem,
- Najciekawszy szlak turystyczny,
- Dzieje się – wyjątkowe wydarzenie turystyczne,
- Unikatowa Atrakcja Turystyczna,
- Sielskie klimaty – wypoczynek na wsi,
- W gościnie – oferta kulinarna.

PLAN PRACY MOT NA 2023

W gronie kandydatów do miana Turystycznego Skarbu Małopolski znalazły się wyjątkowo atrakcyjne i malownicze gminy i miejscowości, oferujące wiele niespodzianek i niezapomnianych wrażeń szlaki turystyczne, liczne wydarzenia turystyczne, kulturalne i sportowe, unikatowe atrakcje, miejsca gdzie można wypocząć blisko natury, a także te gdzie warto spróbować wyśmienitych potraw i produktów regionalnych. Do drugiego etapu, w którym każdy mógł zdecydować kto w tym roku zasłuży na tytuł Turystycznego Skarbu Małopolski, zostało zakwalifikowanych 128 kandydatur, w tym wiele podmiotów współpracujących z Małopolską Organizacją Turystyczną. Głosowanie rozpoczęło się 28 sierpnia 2023 roku i trwało do 10 września 2023 roku. Laureatów i wyróżnionych w konkursie wybrały osoby głosujące i Kapituła. Oddano niemal 16 tysięcy głosów, z czego najwięcej w kategorii „Miejsce z klimatem – miejscowość lub gmina turystyczna”. Ogłoszenie wyników nastąpiło podczas uroczystej gali, która odbyła się 27 września 2023 roku podczas Europejskiego Kongresu Sportu i Turystyki w Zakopanem.

Wyniki V edycji konkursu:

W kategorii „Miejsce z klimatem – miejscowość lub gmina turystyczna”:

Laureat: Gmina Sułoszowa

Wyróżnienie: Gmina Zawoja, Gmina Ryglice

W kategorii „Najciekawszy szlak turystyczny”:

Laureat: Babia Góra Trails

Wyróżnienie: Małe Pieniny, Velo Przemsza

W kategorii „Dzieje Się! Wyjątkowe wydarzenie turystyczne”:

Laureat: Babiogórska Jesień

Wyróżnienie: Ogólnopolski Sptyw Kajakowy Doliną Rzeki Dłubni "Dłubnia wciąga",
Małopolska Tour

W kategorii „Unikatowa atrakcja turystyczna”:

Laureat: Krzyż w Krzeczowie

Wyróżnienie: Dom Ludowy Bukowina Tatrzańska, Pustynia Błędowska.

W kategorii „Sielskie klimaty - wypoczynek blisko natury”:

Laureat: Tarninowe Wzgórze

Wyróżnienie: Schronisko PTTK Kudłacze, Domki Drewniane Sielska Dolina w Pieninach

W kategorii „W gościnie - oferta kulinarna”:

Laureat: Willa Poprad

PLAN PRACY MOT NA 2023

Wyróżnienie: Karcma u Borzanka, Restauracja Chochotowy Dwór

Laureat kategorii Miejsce z klimatem – Gmina Sułoszowa, otrzymała nagrodę pieniężną w wysokości 100 000,00 zł, która może przeznaczyć na rozwój swojego potencjału turystycznego. Wszyscy laureaci otrzymali pamiątkowe statuetki i staną się bohaterami dedykowanej kampanii promocyjnej realizowanej przez współorganizatora Konkursu – Małopolską Organizację Turystyczną.

2. Projekty

2.1. Wizyty studyjne dla dziennikarzy i touroperatorów

W 2023 roku MOT dotychczas zorganizowała 54 wizyty studyjne dla około 250 dziennikarzy i touroperatorów z 25 krajów. Ponadto na ten moment planowanych jest jedna wizyta dla 50 dziennikarzy i touroperatorów Wizyty realizujemy na bieżąco (zgodnie z potrzebami i oczekiwaniami POT i ZOPOT).

Lp.	Kraj	Data wizyty	Ilość osób	Nazwa redakcji/TV
				nazwa firmy/organizacji
1.	Włochy	04.01.2023	3	Laura Sciolla
2.	Niemcy	17-19.02.2023	1	Christoph Schrahe
3.	Austria i USA	26-29.02.2023	1	Blogerka thepackmama.com
4.	Hiszpania	20-22.03.2023	2	Vanitatis
5.	Norwegia	03.04.2023	2	Espen Smith
6.	Belgia	17.04.2023	1	Blogerka, www.augoutdemma.be
7.	Azerbejdżan	19.04.2023	2	Touroperatorzy
8.	Dania	20-22.04.2023	2	Politiken
9.	Korea Południowa	27.04.2023	4	Naukowcy z uczelni zaproszeni przez Ministerstwo (współpraca przy badaniach)
10.	Włochy	03-05.05.2023	3	blogerka Francesca Di Pietro
11.	Hiszpania	22-24.05.2023	3	Vijar
12.	Włochy	24-28.05.2023	2	Influencerzy Matteo Rizzi i Andrea Grossi
13.	Austria	25-28.05.2023	8	ZOPOT Wiedeń

PLAN PRACY MOT NA 2023

14.	Polska	31.05.2023	15	UEK - studenci kierunku obsługa ruchu turystycznego
15.	Szwecja, Litwa, Łotwa	02.06.2023	19	Touroperatorzy
16.	USA	04-07.06.2023	4	TV - PBS
17.	Francja	06-11.06.2023	4	Dziennikarze - Gaelle Alban, Corinne Sadaune, Fauche de Dumas, Augustin Langlade
18.	Finlandia	09-14.06.2023	5	Dziennik MATKA-lehti
19.	Zjednoczone Emiraty Arabskie	14-17.06.2023	1	Salah Soliman
20.	Belgia i Holandia	16-18.06.2023	5	Dziennikarze rowerowi
21.	Holandia	20.06.2023	2	Wandel Magazine
22.	Zjednoczone Emiraty Arabskie	20.06.2023	4	Touroperatorzy - turystyka medyczna
23.	Hiszpania	21-23.06.2023	1	Aquí la Tierra
24.	Hiszpania	21-23 .06.2023	2	Influencerzy - Buscando al Sol
25.	Zjednoczone Emiraty Arabskie + Indie	22-26.06.2023	1	Priyanka Pradhan - dziennikarka i blogerka
26.	Wielka Brytania	26-30.06.2023	2	Blogerzy: www.instagram.com/thisexpansiveadventure/
27.	Irlandia	26.06.2023	2	Emma McAllister oraz Erin English
28.	Dania	27.06.2023	3	Børsen Pleasure
29.	Wielka Brytania	02-04.07.2023	1	Influencerka Olga Chagunava
30.	Francja	04.07.2023	1	Touroperator Nicolas Fleury
31.	Azerbejdżan	11-14.07.2023	4	1. Gunel Farhadli 2. Shafiga Elshan 3. Nurlana Hasanova – bloger dla środowiska agentów turystycznych 4. Narmin Knyaz
32.	Wielka Brytania	17.07.2023	1	Lonely Planet

PLAN PRACY MOT NA 2023

33.	Wielka Brytania	22.07.2023	15	Brytyjscy touroperatorzy, współpraca z Hotelem Saski by Hilton
34.	Węgry	17-20.07.2023	6	www.kirandulastippek.hu, www.turistamagazin.hu, www.turistamagazin.hu, www.mozgasvilag.hu, www.traveladdict.hu
35.	Chiny	24-26.07.2023	4	blogerzy i ekipa filmowa (dwie blogerki oraz ekipa filmowa realizująca ich pobyt w Małopolsce)
36.	Japonia	10-11.08.2023	4	NumeroTOKYO, FIGARO JAPON, Jyoshitabi Journal, Wing Travel
37.	USA	18.08.2023	11	RoadShow touroperatorów
38.	Belgia	04-07.09.2023	2	Outside Special
39.	USA	02-07.09.2023	5	Rick Steves Europe (program telewizyjny)
40.	Holandia	10-11.09.2023	19	Touroperatorzy De Jong Intra
41.	Włochy, Hiszpania, Portugalia	04-08.09.2023	11	grupa dziennikarzy - beatyfikacja rodziny Ulmów (Avenire, Famiglia Cristiana, Oggi (Włochy) Sapo Viagens, Jordal de Noticias/Volta ao Mondo, O Jornal Económico/Et Cetera (Portugalia) Mindful Travel, Objetivo Viajar, Religión Digital (Hiszpania)
42.	Szwecja	06-09.09.2023	2	managerowie marketingu Muzeum Vasa i Skansen
43.	Chiny	13.09.2023	1	Blogerka, sesja zdjęciowa m.in. do mediów społecznościowych na tle atrakcji Krakowa/Małopolski
44.	Francja	13.09.2023	1	touroperator LA FUGUE
45.	Hiszpania	14.09.2023	3	Ekipa telewizyjna Andalucia por el Mundo
46.	USA (Polonia)	15-17.09.2023	2	film promocyjny o Krakowie i Małopolsce z serii Discover Your Roots (dla polonii amerykańskiej)
47.	Belgia	18-23.09.2023	2	Op Wandel, https://opwandel.be/ - Dorien Draps, Pieter August Rosa Maesmans
48.	Holandia	18-23.09.2023	1	Op Reis Met Co, https://www.opreismetco.nl/en/work-with-me Jacoba de Boer
49.	Niemcy	21.09.2023	1	Michelin
50.	Watykan	23.09.2023		Przedstawiciele Państwa Watykan
51.	Izrael	24-27.09.	4	realizacja sesji zdjęciowej na rynek izraelski (Dorota Zadrożna + ekipa realizująca zdjęcia)
52.	Belgia i Holandia	18-23.09.2023	3	Met Co

PLAN PRACY MOT NA 2023

53.	Bułgaria	26.09.2023	12	delegacja oficjalna z ministerstwa turystyki Bułgarii
54.	Polska	02-04.10.2023	21	NEKERA i partnerzy
55.	USA	21-27.10.2023	50	Mayflower Cruises and Tours

2.2. Igrzyska Europejskie

Na przełomie czerwca i lipca 2023 Małopolska gościła sportowców z całej Europy podczas III Igrzysk Europejskich. Jako Małopolska Organizacja Turystyczna byliśmy ich partnerem i wspieraliśmy Igrzyska za pośrednictwem różnych działań promocyjnych. Wiceprezes MOT, Rafał Kosowski, został powołany na Przewodniczącego Komitetu Monitorującego III Igrzyska Europejskie 2023, a Prezes MOT, Grzegorz Biedroń został Członkiem Komitetu.

W ramach promocji Igrzysk Europejskich we współpracy z Zagranicznym Ośrodkiem Polskiej Organizacji Turystycznej w Sztokholmie zorganizowaliśmy kampanię posterową w metrze w Sztokholmie podczas Mistrzostw Świata w Piłce Ręcznej w dniach 23-29.01.2023. Plakatów łącznie było 270. W trakcie Kongresu 60 Milionów w Miami w USA tłem rozmów o turystyce w Małopolsce był rollup z grafiką III. Igrzysk Europejskich również zorganizowany przez MOT.

Podczas licznych wyjazdów zagranicznych jak i krajowych nasi pracownicy dystrybuowali gadzety oraz ulotki promujące wydarzenie jak i wolontariat, w językach polskim i angielskim. Zagraniczna promocja z naszym udziałem odbyła się między innymi podczas Festiwalu Rowerowego we Wiedniu, targów Ferie for Alle w Herning oraz tras ambientowych: skandynawskiej i alpejskiej.

Igrzyska Europejskie były promowane także podczas licznych wydarzeń w Polsce, w których byliśmy organizatorem lub partnerem. Podczas Festiwalu „Odlotowa Małopolska” organizowanego w dniach 31 marca – 2 kwietnia oraz 60. zlotu Europa Rally w Krakowie na niebie pojawił się balon Igrzysk Europejskich. W trakcie zawodów rowerowych Małopolska MTB Tour oraz wspomnianego już wcześniej Europa Rally nagrywane były wejścia pogodowe do programu „Pytanie na Śniadanie”, a ich tematem były między innymi Igrzyska Europejskie. Współpracowaliśmy też na prośbę Polskiej Organizacji Turystycznej przy serii felietonów do „Pytania na Śniadanie” poświęconej Igrzyskom Europejskim. W pierwszym wakacyjnym pociągu „Daj się ugościć” było nawiązanie do trwających już wtedy konkurencji. Gośćmi w pociągu była szpadzistka Aleksandra Zamachowska oraz kilku rugbyistów. Pasażerowie w konkursach mogli wygrać bilety na rozgrywki rugby oraz Ceremonię Zamknięcia, zobaczyć spot Igrzysk Europejskich wyświetlany w PKP intercity oraz zagrać w gry planszowe, które dostarczyła spółka.

We współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego przygotowaliśmy także obszerną publikację „Małopolska, kolebka polskiego sportu”. Jej

PLAN PRACY MOT NA 2023

premiera zbiegła się z prezentacją wystawy poświęconej tejże tematyce pod Centrum Kongresowym ICE w Krakowie, które notabene było jednocześnie biurem prasowym podczas sportowych zmaganiań w Małopolsce.

Ceremonii Otwarcia i Zamknięcia Igrzysk Europejskich towarzyszył Camper Małopolski wraz ze stoiskiem informacyjno-promocyjnym regionu. Wszystkie powyższe działania promocyjne wraz z regularnym informowaniem o imprezie i poszukiwaniu wolontariuszy oraz publikowaniem filmów promocyjnych były relacjonowane w kanałach społecznościowych Małopolskiej Organizacji Turystycznej.

2.3. Festiwal Piękna

W lipcu b.r. Województwo Małopolskie i Nowy Sącz kolejny raz stały się światową stolicą piękna. Przez trzy tygodnie w Małopolsce gościli kandydatki i kandydaci do przejścia korony Miss Supranational 2023, Mister Supranational 2023 oraz Miss Polski. Piękne Panie i Panowie swoją siedzibę mieli w Hotelu Czarny Potok Resort SPA & Conference w Krynicy-Zdrój. Równocześnie przez cały czas swojego pobytu poznawali uroki Krakowa, Beskidu Sądeckiego oraz Pienin. W całym przedsięwzięciu nie zabrakło Kampera Małopolski, który brał udział w sesjach zdjęciowych oraz nagraniach do filmów promujących wydarzenie, emitowanych w trakcie Gal na antenie Telewizji POLSAT.

Kamper 26 czerwca powitał przyszłe Miss Supranational 2023 na Lotnisku Kraków Airport Balice. Następnie 29 czerwca piękne panie z całego Świata pozowały przy Kamperze na terenie Muzeum Lotnictwa w Krakowie. Tego samego dnia udały się również do Żywego Muzeum Obwarzanka aby uczestniczyć w warsztatach wyrobu tego regionalnego produktu.

6 lipca Kamper powitał na Przystani w Szczawnicy Misterów z całego Globu, którzy wzięli udział w Splywie flisackim przetomem Dunajca. Panowie również pozowali do zdjęć i nagrań.

8 lipca 30 reprezentantek i reprezentantów Konkursu Piękności zagościło na pokładzie wakacyjnego pociągu RMF i Małopolskiej Organizacji Turystycznej „Daj się ugościć” relacji Warszawa – Nowy Sącz. Miss i Misterzy wsiedli na przystanku Kraków Główny i udali się na festyn towarzyszący akcji „Daj się ugościć” w ramach projektu „Małopolska – cel podróży” w Nowym Sączu. Tam też na peronie i w budynku dworca czekała na nich reszta reprezentantów i reprezentantek.

W piątek 14 lipca sześćdziesiąt pięć olśniewających dziewczyn z całego świata stanęło do rywalizacji o tytuł Miss Supranational podczas 14. edycji jednego z najpopularniejszych międzynarodowych konkursów piękności. Polskę reprezentowała Aleksandra Klepaczka, Miss Polski 2022.

Drugiego dnia Festiwalu Piękna 2023, w sobotę 15 lipca, po raz siódmy odbył się finał międzynarodowego konkursu dla mężczyzn, Mister Supranational 2023. Trzydziestu czterech

PLAN PRACY MOT NA 2023

fantastycznych mężczyzn z każdego zakątka globu stanęło do walki o tytuł najprzystojniejszego. Polskę reprezentował Daniel Tracz.

W niedzielę 16 lipca po raz trzydziesty czwarty została wybrana Miss Polski. Do rywalizacji o koronę najpiękniejszej Polki stanęły nie dwadzieścia cztery, a trzydzieści dwie finalistki. W tym roku bowiem na scenie po dwie wystąpiły po dwie reprezentantki każdego z województw.

Festiwal Piękna 2023 odbywał się w dniach 14 - 16 lipca w Amfiteatrze Parku Strzeleckiego w Nowym Sączu. Telewizja POLSAT pokazała wszystkie trzy gale: Miss Supranational 2023 na żywo w piątek 14 lipca od godz. 20:00, Miss Polski 2023 na żywo w niedzielę 16 lipca od godz. 20:00 oraz 22 lipca o godz. 20:00 retransmisja konkursu Mister Supranational 2023.

2.4. Juromania

W dniach 15-17.09 w Małopolsce odbyła się Juromania - Święto Jury Krakowsko-Częstochowskiej. Małopolska Organizacja Turystyczna była partnerem wydarzenia. W ramach współpracy Juromania wraz z grupą rekonstrukcyjną miała okazję zaprezentować się podczas trzeciego przejazdu wakacyjnym pociągiem „Daj się ugościć” z RMF FM z Poznania do Zatora. Całe wydarzenie zostało szeroko zrelacjonowane na stronie RMF FM, w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram) wraz z ich oznaczeniami. W ciągu dalszych działań promocyjnych podczas sobotniego dnia Juromanii były nagrywane wejścia pogodowe do „Pytania na Śniadanie”, jedne z jesiennego cyklu w ramach kampanii „Daj się ugościć! Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę.”. Nagrania do programu odbyły się drugiego dnia Święta Jury Krakowsko-Częstochowskiej w Muzeum Małopolski Zachodniej w Wygietzowie, na terenie skansenu oraz Zamku Lipowiec. Ponadto przekazaliśmy gadżety oraz wydawnictwa dla uczestników rajdu rowerowego w Bydlinie. Zarówno przed, w trakcie jak i po wydarzeniu aktywnie komunikowaliśmy o Juromanii w swoich kanałach społecznościowych.

2.5. Targi Turystyczne

Targi turystyczne (10 targów zagranicznych i 3 krajowe) zrealizowane i planowane do realizacji w 2023 roku przez Małopolską Organizację Turystyczną.

Targi turystyczne	
Data	Impreza
Targi zagraniczne	
10-15.01.2023 r.	Vakantiebeurs w Utrechcie

PLAN PRACY MOT NA 2023

18-22.01.2023 r.	FITUR w Madrycie
19-22.01.2023 r.	MATKA w Helsinkach
2-5.02.2023 r.	FESPO w Zurychu
24-26.02.2023 r.	Danish Travel Show w Herning
7-9.03.2023 r.	ITB w Berlinie
15-16.04.2023 r.	Argus Bike Festival w Wiedniu
1-4.05.2023 r.	Arabian Travel Market w Dubaju
11-13.10.2023 r.	TTG Travel Experience w Rimini
6-8.11.2023 r.	WTM Londyn
Targi krajowe	
16-18.03.2023 r.	ITTF w Warszawie
13-14.05.2023 r.	Piknik nad Odrą w Szczecinie
23-25.11.2023 r.	TTWarsaw w Nadarzynie

Podczas targów zagranicznych MOT współpracował z Miastem Kraków, natomiast współwystawcami podczas targów krajowych były takie podmioty jak: Polskie Stowarzyszenie Flisaków Pienińskich, Miasto Kraków oraz Tarnowskie Centrum Informacji.

2.6. Małopolski System Informacji Turystycznej

W 2023 r. Małopolska Organizacja Turystyczna przystąpiła do realizacji kolejnej umowy na Małopolski System Informacji Turystycznej na lata 2023-2024. Zadania w ramach tego działania zostały podzielone na 2 umowy tj.:

1. **Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Sytemu Informacji Turystycznej na łączną kwotę 2 640 800,00 zł (1 320 400,00 zł na rok 2023 i 1 320 400,00 zł na 2024 r.).** W ramach tego działania Małopolska realizuje takie zadania jak:

a) **Aktualizacja i przygotowanie wydawnictw do druku w tym w 2023 r.**

- Małopolska, Kraków. Katalog atrakcji turystycznych (wersja polska, angielska, niemiecka, włoska, hiszpańska, francuska, słowacka):
- Mapa WM (wersja polska, angielska)
- Małopolska. Szlak Architektury Drewnianej (wersja: polska, angielska, niemiecka, włoska, hiszpańska, francuska)
- Małopolska. Aktywnie latem

PLAN PRACY MOT NA 2023

- Małopolska. Małopolska Trasa Światowego Dziedzictwa UNESCO (wersja polska, angielska, niemiecka, włoska, hiszpańska, francuska, rosyjska)
- Małopolska na rowery. Wkręć się!
- Małopolska. Aktywnie zimą: (wersja: angielska)

b) Zakup zdjęć na potrzeby wydawnictw

c) Druk wydawnictw i mapy Województwa Małopolskie w ilościach:

- Małopolska, Kraków. Katalog atrakcji turystycznych wersja:
 - Polska: 13050 egz.
 - Angielska: 7700 egz.
 - Niemiecka: 3250 egz.
- Małopolska. Szlak Architektury Drewnianej wersja:
 - Polska: 8100 egz.
 - Angielska: 4000 egz.
- Małopolska. Aktywnie latem (polsko-angielska): 7000 egz.
- Małopolska. Małopolska Trasa Światowego Dziedzictwa UNESCO: wersja
 - Polska: 9700 egz.
 - Angielska: 5100 egz.
- Małopolska na rowery. Wkręć się! Wersja: polska 5500 egz.
- Mapa Województwa Małopolskiego wersja
Polska: 11 200 szt.
Angielska: 6200 szt.
- Mapy blokowe dwustronne, mapki wydzieranki: 261 bloczków

Łączny nakład: 81 061 egz.

d) Materiały promocyjne (gadżety):

- Plecaki rowerowe
- Zestawy upominkowe termos + 2 kubki
- Torby bawełniane
- Długopisy zmywalne
- Kominy z bawełny organicznej

e) Realizacja kampanii promocyjnej w tym:

- artykuły sponsorowane w prasie branżowej (Wiadomości Turystyczne, Nowa Turystyka)
- 15 sekundowy film promocyjny w wybranych stacjach PKP
- Artykuły sponsorowane w serwisie Polska Press
- 2 materiały video w National Geographic Traveller
- Artykuł natywny z video news w National Geographic Traveller

f) Działania promocyjne w mediach społecznościowych w tym:

- Przygotowywanie postów
- Przygotowywanie krótkich filmów tzw. rolek

PLAN PRACY MOT NA 2023

W trakcie realizacji jest przygotowanie nowej odsłony wydawnictwa Małopolska, Aktywnie latem. Wydawnictwo zostanie przygotowane w nowym formacie A5 oraz zostaną opracowane nowe propozycje tras pieszych.

2. Utrzymanie trwałości projektu m_MSIT – mobilny Małopolskie System Informacji Turystycznej i jego rozwój na łączną kwotę na lata 2023-2024 1 650 000,00 zł (800 000,00 zł na 2023 r. oraz 850 000,00 zł na 2024 r.), w ramach którego realizowane będą takie zadania jak:

a) **Zarządzanie regionalnym portalem** w tym powołanie zespołu redakcyjnego który będzie dbał o publikacje wartościowych treści oraz aktualizację baz danych. Skład zespołu redakcyjnego kształtują się następująco:

- Marek Długopolski – redaktor naczelny
- Magdalena Delkowska – copywriter portalu
- Katarzyna Niewidok – redaktor portalu
- Małgorzata Biskup – redaktor portalu
- Łukasz Gliński – redaktor portalu

Z uwagi na wciąż zmieniające się trendy potrzeby użytkowników planujemy przebudowanie menu głównego na bardziej intuicyjne i czytelne. Zostaną przygotowane nowe treści oraz formuła prezentacji treści na bardziej graficzną.

b) **Optymalizacja i pozycjonowanie portalu visitmalopolska.pl**

c) **Działania promocyjne portalu visitmalopolska.pl oraz aplikacji**, w tym:

- Google Ads
- Facebook Ads
- Działania display w:

➤ **RMF FM w tym:**

- **Screening rmf24, rmfmaxx.pl, rmfon.pl liczba emisji 660 000 PV**

Obecność premium polegająca na pełnym brandingu w serwisach rmf24.pl, rmfmaxx.pl, rmfon.pl. Połączenie tapety + banner. Emisja w wersji desktopowej serwisów.

- **Mobile Web Interstitial, rmf24, rmfmaxx.pl, rmfon.pl, rmf.pl,**

Pełnoekranowa kreacja premium o wymiarach 300x600, emitowana na stronach mobilnych rmf.fm, rmf24.pl, rmfmaxx.pl podczas przejścia między podstronami serwisu. Kreację można zamknąć klikając w „X”.

- **Sticky premiumboard rmf24, rmfmaxx.pl, rmfon.pl, rmf.pl liczba emisji 660 000 PV**

PLAN PRACY MOT NA 2023

Rozwijana kreacja emitowana w formie pływającej, podąża za użytkownikiem scrollującym stronę. Kreacja w wersji desktopowej ma wymiary 1250x100 i rozwijana jest do 1250x300, a w wersji mobilnej 600x100, rozwijana do 600x300. Emisja na serwisach Grupy RMF: rmf.fm, rmf24.pl, rmfmaxx.pl oraz na rmfon.pl.

➤ Onet

- Baner wideboard responsive multiscreen / halfpage mobile
- Performance marketing (Reach and Effect + Display Performance + Inbox Premium + Karuzela Mobile)
- Reklama w Forbes Women

Realizacja poszczególnych działań ma na celu przedstawienie potencjału turystycznego Województwa Małopolskiego turystom z kraju i zagranicy. Niezwykle ważne jest popularyzowanie regionu i zachęcanie turystów do zwiedzania Małopolskie, zważywszy, iż okres pandemii, spowodowała zmniejszenie napływu turystów z zagranicy. Poza tym ważne jest również wzmocnienie marki jaką jest Małopolski System Informacji Turystycznej i zakorzenienie jej w przestrzeni turystycznej regionu jako miejsca, gdzie turysta otrzyma rzetelną i kompleksową informację. Zadanie zostanie zrealizowane przy współpracy z punktami informacji turystycznej w ramach MSIT, lokalnymi organizacjami turystycznymi, blogerami, przewodnikami turystycznymi oraz innymi, którzy mogą mieć znaczenie przy realizacji zadania. Adresatami projektu MSIT są turyści odwiedzający Województwo Małopolskie – krajowi, zagraniczni oraz mieszkańcy regionu. Obecnie system zrzesza 33 punkty IT w całej Małopolsce w tym 6 punktów InfoKraków). W 2023 r. do systemu dołączył nowy punkt w Kętach.

Aktualna lista punktów Informacji Turystycznej MSIT

ANDRYCHÓW

Rynek 14, 34-120 Andrychów
+48 33 842 99 36
it.andrychow@msit.malopolska.pl
moskit-andrychow.eu

BIECZ

Rynek 1, 38-340 Biecz
+48 13 440 68 60
it.biecz@msit.malopolska.pl
biecz.pl

BOCHNIA

Ul. Oracka 4, 32-700 Bochnia
+ 48 784 303 179
it.bochnia@msit.malopolska.pl

bochnia.eu

BUKOWNO

ul. Spacerowa 1, 32-332 Bukowno
+48 500 485 883, +48 32 642 11 04
tramp@mosirbukowno.pl
mosirbukowno.pl

CHRZANÓW

ul. Władystawa Broniewskiego 10C,
32-500 Chrzanów
+48 32 763 27 49
pit@mbp.chrzanow.pl
mbp.chrzanow.pl

KĘTY

PLAN PRACY MOT NA 2023

Rynek 13, 32-650 Kęty
+48 33 432 25 83 wew. 500
rynek13@kety.pl
kety.pl, facebook.com/Rynek13

KRAKÓW

Dworzec Autobusowy MDA
ul. Bosacka 18, 31-505 Kraków
+48 570 080 220
informacjaturystyczna@mda.malopolska.pl

Sieć InfoKraków, infokrakow.pl
tel. +48 12 307 21 13

InfoKraków, ul. Powiśle 11, 31-101 Kraków
+48 533 826 031
powisle@infokrakow.pl

InfoKraków, ul. św. Jana 2, 31-018 Kraków
+48 533 826 409
jana@infokrakow.pl

InfoKraków, ul. Józefa 7, 31-056 Kraków
+48 533 834 969
jozefa@infokrakow.pl

InfoKraków Sukiennice,
Rynek Główny 1/3, 31-042 Kraków
+48 530 290 661
sukiennice@infokrakow.pl

InfoKraków, ul. Szpitalna 25, 31-024 Kraków
+48 533 818 291
szpitalna@infokrakow.pl

InfoKraków, Pawilon Wyspiańskiego,
pl. Wszystkich Świętych 2, 31-004 Kraków
+48 501 238 632
kontakt@krakowstory.pl

KROŚCIENKO NAD DUNAJCEM
ul. Rynek 32, 34-450 Krościenko nad Dunajcem
+48 571 253 737
promocja@ckipkroscienko.pl
ckipkroscienko.pl

KRYNICA-ZDRÓJ

ul. Zdrojowa 15, 33-380 Krynica-Zdrój
+48 18 472 55 77
it.krynica-zdroj@msit.malopolska.pl
krynica-zdroj.pl

LIMANOWA

Rynek 25, 34-600 Limanowa
+48 18 337 58 00
it.limanowa@msit.malopolska.pl
powiat.limanowski.pl

MIECHÓW

pl. Kościuszki 1a, 32-200 Miechów
+48 41 383 13 11
it.miechow@msit.malopolska.pl
miechow.eu, ckis.miechow.eu/msit

MUSZYNA

Rynek 34, 33-370 Muszyna
+48 18 534 91 61
cit@muszyna.pl
muszyna.pl

NOWY SĄCZ

ul. Szwedzka 2, 33-300 Nowy Sącz
+48 18 444 24 22
cit@nowysacz.pl
cit.nowysacz.pl, ziemiasadecka.info

NOWY TARG

Rynek 1, 34-400 Nowy Targ
+48 18 266 30 36
it.nowy-targ@msit.malopolska.pl
it.nowytarg.pl

OCHOTNICA GÓRNA

Osiedle Ustrzyk 388, 34-453 Ochotnica Górna
+48 18 262 41 39
it.ochotnica-dolna@msit.malopolska.pl
ssm.ochotnica.pl

OLKUSZ

Rynek 4, 32-300 Olkusz

PLAN PRACY MOT NA 2023

B +48 32 642 19 26

it.olkusz@msit.malopolska.pl

umig.olkusz.pl, olkusz.eu

OŚWIĘCIM

ul. St. Leszczyńskiej 12, 32-600 Oświęcim

+48 33 843 00 91

it.oswiecim@msit.malopolska.pl

it.oswiecim.pl

POGORZYCE

ul. Karola Szymanowskiego 47A/7, 32-501

Pogorzycze

+48 32 343 43 60

it.chrzanow@msit.malopolska.pl

mbp.chrzanow.pl

RABKA-ZDRÓJ

ul. Orkana 27, 34-700 Rabka-Zdrój

+48 18 267 74 49

it.rabka-zdroj@msit.malopolska.pl

msit@rabka.pl

gmina.rabka.pl/informator_turystyczny

SUCHA BESKIDZKA

ul. Zamkowa 1, 34-200 Sucha Beskidzka

+48 33 874 26 05 wew. 21

it.sucha-beskidzka@msit.malopolska.pl

it@sucha-beskidzka.pl

zameksucha.pl/it/

TARNÓW

Rynek 7, 33-100 Tarnów

+48 14 688 90 90

it.tarnow@msit.malopolska.pl,

centrum@tarnow.travel

tarnow.travel

TUCHÓW

ul. Chopina 10, 33-170 Tuchów

+48 14 652 54 36

it.tuchow@msit.malopolska.pl

dktuchow.pl

WADOWICE

ul. Kościelna 4, 34-100 Wadowice

+48 33 873 23 65

it.wadowice@msit.malopolska.pl,

biuro@it.wadowice.pl

it.wadowice.pl

WIELICZKA

ul. Dembowskiego 7A, 32-020 Wieliczka

+48 573 336 950

pit@wieliczka.eu

wck.wieliczka.eu

WIŚNIOWA

Wiśniowa 301, 32-412 Wiśniowa

+48 12 271 44 93

it.wisniowa@msit.malopolska.pl

wisniowa.malopolska.pl

WYGIEŁZÓW (czynny tylko w sezonie)

ul. Podzamcze 1, 32-551 Babice

+48 32 210 93 13

info@powiat-chrzanowski.pl

visit.powiat-chrzanowski.pl

ZAKOPANE

ul. Chramcówki 35, 34-500 Zakopane

48 18 201 22 11

it.zakopane@msit.malopolska.pl

zakopane.pl

2.7. Badania ruchu turystycznego w Małopolsce

Badania ruchu turystycznego w regionie są podstawowym narzędziem diagnozy obecnego stanu turystyki w Małopolsce. Nie sposób przecenić ich znaczenia podczas choćby tworzenia profesjonalnej oferty turystycznej regionu, opracowania atrakcyjnych produktów turystycznych

PLAN PRACY MOT NA 2023

przez małopolską branżę turystyczną lub przy próbach dyspersji ruchu turystycznego w mniej odwiedzane miejscowości.

Podobnie jak w latach ubiegłych Małopolska Organizacja Turystyczna podjęła się realizacji zadania pn. „Realizacja badań ruchu turystycznego w Województwie Małopolskim w latach 2023”. Zadanie zostało powierzone Małopolskiej Organizacji Turystycznej w ramach otwartego konkursu ofert na realizację zadań publicznych Województwa Małopolskiego w dziedzinie turystyki i krajoznawstwa.

Badania są realizowane w dotychczasowej formule. Pobór danych o charakterze ilościowym i jakościowym oparty jest o wywiady bezpośrednie z respondentami. W trakcie poboru ankietarzy wykorzystują przenośne urządzenia cyfrowe – tablety, a pozyskane informacje są transferowane do banku danych w czasie rzeczywistym. Równolegle odbywa się monitoring danych mobilnych unikalnych użytkowników odwiedzających Małopolskę i ilustrujących ich zachowanie turystyczne w regionie. Dane te mają charakter obserwacyjny, rejestrujące rzeczywiste zachowania, pozyskane przez aplikacje i strony mobilne wykorzystywane przez użytkowników smartfonów. Informacje pozyskane w ten sposób będą punktem wyjścia do opracowania warstwy ilościowej badań, zarówno w raportach kwartalnych oraz końcowych.

Dane z hurtowni danych teleinformatycznych zostaną pozyskane, opracowane i przygotowane dla I i III kwartału 2023 roku (w porównaniu do ubiegłych lat: 2022 - 2020 roku) w oparciu o ustalone cele badań.

Wywiady bezpośrednie przy wykorzystaniu zdigitalizowanych ankiet badawczych są pobierane w 20 różnych lokalizacjach w Małopolsce o dużym potencjale turystycznym i w atrakcjach oraz generujących największy ruch turystyczny w regionie. Proces ankietowania w terenie realizowany jest przez trzy dni w tygodniu (piątek, sobota i niedziela) od połowy czerwca do końca września 2023 roku. Ankieta badawcza opracowana została przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej i jest spójna z wzorami ankiet z lat poprzednich, gwarantując porównywalność danych w przedziałach czasowych. Przed rozpoczęciem ankietowania dokonano aktualizacji formularzy ankiet oraz aplikacji celem usprawnienia procesu poboru ankiet w terenie za pomocą tabletów. Wywiady bezpośrednie odbywają się wśród turystów i odwiedzających wewnątrzregionalnych, turystów i odwiedzających krajowych oraz turystów i odwiedzających zagranicznych, zgodnie z uprzednio przygotowanymi terminami i miejscami poboru prób.

Wartości liczbowe i analizy z badań teleinformatycznych, opracowane w raportach częściowych, oraz wszystkie odpowiedzi z pozyskanych od turystów i odwiedzających Małopolskę wywiadów bezpośrednich, jak również między innymi dane z GUS i wybranych atrakcji turystycznych będą opracowywane przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej (Zespół Badawczy), w skład którego wchodzi:

- prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski – Kierownik Zespołu Badawczego – Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej,

PLAN PRACY MOT NA 2023

- prof. dr hab. Renata Seweryn – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
- prof. dr hab. Tadeusz Grabiński – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Krakowska Akademia,
- dr Bożena Alejziak – Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie,
- mgr Leszek Mazanek – Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie.

Produktem finalnym pracy Zespołu Badawczego będzie roczny raport z badań ruchu turystycznego zrealizowanych w 2023 roku.

Dodatkowo zostanie przeprowadzone zaktualizowane badanie podażowe, które skupi się między innymi na opisanu struktury podaży usług turystycznych w kontekście zmian wywołanych przez COVID-19 i nie tylko. Badanie zostanie przeprowadzone wśród branży turystycznej w Małopolsce za pomocą formularza online ankiety. Otrzymane wyniki zostaną opracowane przez Zespół z Uniwersytetu Ekonomicznego. Produktem finalnym będzie przygotowany raport.

2.8. Badania ruchu turystycznego w Krakowie

Małopolska Organizacja Turystyczna w ramach współpracy z Gminą Miejską Kraków również w tym roku prowadzi badania ruchu turystycznego w Krakowie.

Badanie o charakterze ilościowym i jakościowym są realizowane w innej formule jak do 2021 roku, tj. są wykonywane metodą wywiadów bezpośrednich (ankiety badawcze zbierane z wykorzystaniem tabletów i z automatycznym przesyłem do banku danych) oraz poprzez pozyskanie danych z hurtowni danych teleinformatycznych i przygotowanie na ich podstawie raportów częściowych (dane o charakterze obserwacyjnym z wyłączeniem ankiet, rejestrujące rzeczywiste zachowania, pozyskane przez aplikacje i strony mobilne wykorzystywane przez użytkowników smartfonów).

Dane z hurtowni danych teleinformatycznych zostaną pozyskane, opracowane i przygotowane dla 3 miesięcy czerwiec-sierpień 2023 roku oraz 7 miesięcy czerwiec-grudzień 2023 roku (w porównaniu do 2022, 2021 i 2020 roku) w oparciu o ustalone cele badań.

Ankiety badawcze (wywiady bezpośrednie) są pobierane w 9 różnych lokalizacjach w Krakowie o dużym potencjale turystycznym. Proces ankietowania w terenie będzie realizowany podczas weekendów (piątek popołudniu i wieczorem, sobota, niedziela) od końca lipca do końca grudnia 2023 roku. Badania ruchu turystycznego przeprowadzane są za pomocą zaktualizowanej ankiety badawczej przygotowanej przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej. Aby usprawnić i unowocześnić pobór ankiet został zaktualizowany program operacyjny/aplikacja, która umożliwi ankietnikom przeprowadzanie badania w terenie za pomocą tabletów. Wywiady bezpośrednie są pozyskiwane wśród turystów i odwiedzających wewnątrzregionalnych, turystów i odwiedzających krajowych oraz turystów

PLAN PRACY MOT NA 2023

i odwiedzających zagranicznych, zgodnie z uprzednio przygotowanymi terminami i miejscami poboru prób.

Wartości liczbowe i analizy z badań teleinformatycznych, opracowane w raportach częściowych, oraz wszystkie odpowiedzi z pozyskanych od turystów i odwiedzających Kraków wywiadów bezpośrednich, jak również między innymi dane z GUS i wybranych atrakcji turystycznych będą opracowywane przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej (Zespół Badawczy), w skład którego wchodzi:

- prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski – Kierownik Zespołu Badawczego – Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej,
- prof. dr hab. Renata Seweryn – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
- prof. dr hab. Tadeusz Grabiński – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Krakowska Akademia,
- mgr Leszek Mazanek – Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie.

Produktem finalnym pracy Zespołu Badawczego będzie roczny raport z badań ruchu turystycznego zrealizowanych w 2022 roku.

Dodatkowo zostanie przeprowadzone zaktualizowane badanie podażowe, które skupi się między innymi na Opisanu struktury podaży usług turystycznych w kontekście zmian wywołanych przez COVID-19 i nie tylko. Badanie zostanie przeprowadzone wśród branży turystycznej w Krakowie za pomocą formularza online ankiety. Otrzymane wyniki zostaną opracowane przez Zespół z Uniwersytetu Ekonomicznego. Produktem finalnym będzie przygotowany raport.

2.9. Badania podażowe w Małopolsce

Również w tym roku Małopolska Organizacja Turystyczna we współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego przeprowadzi zaktualizowane badanie podażowe. Celem badania będzie opisanie struktury podaży usług turystycznych w Małopolsce w 2023 roku oraz przygotowanie wniosków z badań, rekomendacji i obserwacji rynku turystycznego na podstawie przeprowadzonego sondażu diagnostycznego wśród małopolskich podmiotów branży turystycznej.

Do badania podażowego zostanie przygotowana przez Zespół Ekspertki z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie pod kierownictwem Pani prof. UEK dr hab. Renaty Seweryn, krótka ankieta. Badaniem objęci będą przedsiębiorcy/podmioty turystyczne z następujących kategorii:

- Hotelarstwo,
- Gastronomia,
- Transport,

PLAN PRACY MOT NA 2023

- Biura podróży (pośrednicy i organizatorzy),
- Przewodnictwo/pilotaż,
- Atrakcja turystyczna,
- Inne

Sondaż przeprowadzony zostanie techniką CAWI. Wnioski z sondażu zostaną poszerzone o informacje pochodzące z raportu wydanego przez Małopolskie Obserwatorium Rozwoju Regionalnego i Departament Zrównoważonego Rozwoju i następnie skorygowane z danymi GUS oraz BDL.

Opracowanie będzie efektem pracy grupy ekspertów z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, wykonanej na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego pod nadzorem Małopolskiej Organizacji Turystycznej, w której skład wchodzi:

- dr hab. Renata Seweryn, prof. UEK, kierownik projektu
- dr hab. Agata Niemczyk, prof. UEK
- dr hab. Krzysztof Borodako, prof. UEK
- dr Michał Rudnicki

W przygotowanym opracowaniu poruszony zostanie szereg zagadnień związanych z funkcjonowaniem małopolskiej branży turystycznej w warunkach postpandemicznych, kryzysu ekonomicznego i wojny na Ukrainie. Wśród poruszonych problemów znajdują się m.in. wnioski dotyczące zaprzestania lub zawieszenia działalności, zmian liczby klientów, zatrudnienia i cen oferowanych usług, działań inwestycyjnych, kondycji finansowej, wprowadzenia nowych rozwiązań o charakterze technologicznym, organizacyjnym i marketingowym, nowych produktów, nowych form sprzedaży, zmian w zachowaniach nabywców, kooperantów i partnerów biznesowych, jak również form wsparcia udzielanych małopolskim firmom turystycznym i ich oczekiwań w tym zakresie ze strony Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego.

2.10. Badania podażowe w Krakowie

Również w tym roku Małopolska Organizacja Turystyczna we współpracy z Urzędem Miasta Krakowa przeprowadzi zaktualizowane badanie podażowe. Celem badania będzie opisanie struktury podaży usług turystycznych w Krakowie w 2023 roku oraz przygotowanie wniosków z badań, rekomendacji i obserwacji rynku turystycznego na podstawie przeprowadzonego sondażu diagnostycznego wśród krakowskich podmiotów branży turystycznej.

Do badania podażowego zostanie przygotowana przez Zespół Ekspertki z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie pod kierownictwem Pani prof. UEK dr hab. Renaty Seweryn, krótka ankieta. Badaniem objęci będą przedsiębiorcy/podmioty turystyczne z następujących kategorii:

- Hotelarstwo,
- Gastronomia,

PLAN PRACY MOT NA 2023

- Transport,
- Biura podróży (pośrednicy i organizatorzy),
- Przewodnictwo/pilotaż,
- Atrakcja turystyczna,
- Inne

Sondaż przeprowadzony zostanie techniką CAWI. Wnioski z sondażu zostaną poszerzone o informacje pochodzące z raportu wydanego przez Małopolskie Obserwatorium Rozwoju Regionalnego i Departament Zrównoważonego Rozwoju i następnie skorygowane z danymi GUS oraz BDL.

Opracowanie będzie efektem pracy grupy ekspertów z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, wykonanej na zlecenie Urzędu Miasta Krakowa pod nadzorem Małopolskiej Organizacji Turystycznej, w której skład wchodzi:

- dr hab. Renata Seweryn, prof. UEK, kierownik projektu
- dr hab. Agata Niemczyk, prof. UEK
- dr hab. Krzysztof Borodako, prof. UEK
- dr Michał Rudnicki

W przygotowanym opracowaniu poruszony zostanie szereg zagadnień związanych z funkcjonowaniem krakowskiej branży turystycznej w warunkach postpandemicznych, kryzysu ekonomicznego i wojny na Ukrainie. Wśród poruszonych problemów znajdują się m.in. wnioski dotyczące zaprzestania lub zawieszenia działalności, zmian liczby klientów, zatrudnienia i cen oferowanych usług, działań inwestycyjnych, kondycji finansowej, wprowadzenia nowych rozwiązań o charakterze technologicznym, organizacyjnym i marketingowym, nowych produktów, nowych form sprzedaży, zmian w zachowaniach nabywców, kooperantów i partnerów biznesowych, jak również form wsparcia udzielanych krakowskim firmom turystycznym i ich oczekiwań w tym zakresie ze strony Urzędu Miasta Krakowa.

2.11. Otwarty Szlak Architektury Drewnianej

Małopolska Organizacja Turystyczna w imieniu Samorządu Województwa Małopolskiego zarządza Szlakiem Architektury Drewnianej w Małopolsce.

Latem 2023 roku do zwiedzania udostępniono 58 obiektów Szlaku Architektury Drewnianej w Małopolsce. To głównie kościoły i cerkwie, ale również obiekty świeckie: dwór drewniany w Świdniku, spichlerz dworski w Ryglicach i Muzeum Biograficzne Władysława Orkana "Orkanówka" w Porębie Wielkiej. Obiekty zwiedzać można było do końca września od czwartku do niedzieli. Do końca października zwiedzać można kościoły w Sromowcach Niżnych i Szalowej. Kościoły i cerkwie znajdujące się na liście UNESCO otwarte są przez cały bieżący rok.

PLAN PRACY MOT NA 2023

Lista obiektów udostępnionych do zwiedzania w 2023 roku:

1. Binarowa, Kościół pw. św. Michała Archanioła
2. Dębno Podhalańskie, Kościół pw. św. Michała Archanioła
3. Lipnica Murowana, Kościół pw. św. Leonarda
4. Sękowa, Kościół pw. św. św. Apostołów Filipa i Jakuba
5. Brunary Wyzne, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Michała Archanioła
6. Kwiatów, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Paraskewy
7. Owczary, Cerkiew greckokatolicka pw. Opieki Bogurodzicy NMP
8. Powroźnik, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Jakuba Młodsze Apostoła,
9. Bartne, Cerkiew prawosławna pw. św. św. Kosmy i Damiana
10. Barwałd Dolny, Kościół pw. św. Erazma Biskupa i Męczennika
11. Bielanka, Cerkiew greckokatolicka pw. Opieki NMP
12. Bodaki, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Dymitra
13. Chabówka, Kościół pw. Świętego Krzyża w Rdzawce "na Piątkowej Górze"
14. Czarna, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Dymitra
15. Czerмна, Kościół pw. św. Marcina
16. Dąbrowa Tarnowska, Kościół pw. Wszystkich Świętych
17. Dubne, Cerkiew pw. św. Michała Archanioła
18. Grywałd, Kościół pw. św. Marcina Biskupa
19. Iwkowa, Kościół pw. Nawiedzenia Najświętszej Marii Panny
20. Jawiszowice, Kościół pw. św. Marcina
21. Kasina Wielka, Kościół pw. św. Marii Magdaleny
22. Kraków – Mogiła, Kościół pw. św. Bartłomieja
23. Krynica Zdrój, Kościół pw. Przemienienia Pańskiego i Matki Boskiej Częstochowskiej
24. Krynica Zdrój - Słotwiny Cerkiew pw. Opieki Najświętszej Marii Panny
25. Lachowice, Kościół pw. Świętych Apostołów Piotra i Pawła
26. Leluchów, Cerkiew pw. św. Dymitra
27. Łopuszna, Kościół pw. Świętej Trójcy i św. Antoniego Opata
28. Łosie, Cerkiew pw. Narodzenia Najświętszej Marii Panny
29. Łososina Górna, Kościół pw. Wszystkich Świętych
30. Łukowica, Kościół pw. św. Andrzeja Apostoła
31. Marcyporeba Kościół pw. św. Marcina
32. Męcina, Kościół pw. św. Antoniego Opata Pustelnika
33. Nowica, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Paraskewy
34. Nowy Targ, Kościół cmentarny pw. św. Anny
35. Orawka, Kościół pw. św. Jana Chrzciciela
36. Paczółtowice, Kościół pw. Nawiedzenia NMP
37. Poręba Wielka, Muzeum Biograficzne Władysława Orkana "Orkanówka"
38. Przydonica, Kościół pw. Matki Bożej Różańcowej
39. Przysłop, Cerkiew greckokatolicka św. Michała Archanioła

PLAN PRACY MOT NA 2023

40. Raclawice, Kościół pw. Narodzenia Najświętszej Maryi Panny
41. Rajbrot, Kościół parafialny pw. Narodzenia Najświętszej Marii Panny
42. Ropica Górna, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Michała Archanioła
43. Ryglisce, Spichlerz dworski
44. Sobolów, Kościół pw. Wszystkich Świętych
45. Skawinki, Kościół pw. św. Joachima
46. Sromowce Niżne, Kościół pw. św. Katarzyny
47. Szalowa, Kościół pw. św. Michała Archanioła
48. Szyk, Kościół pw. św. Stanisława Biskupa i św. Barbary
49. Świdnik, Dwór drewniany
50. Trybsz, Kościół pw. św. Elżbiety Węgierskiej
51. Tylicz, Kościół pw. Świętych Apostołów Piotra i Pawła
52. Tymowa, Kościół parafialny pw. św. Mikołaja Biskupa
53. Uście Gorlickie, Cerkiew św. Paraskewy
54. Wierchomla Wielka, Cerkiew pw. św. Michała Archanioła
55. Więctawice Stare, Kościół pw. św. Jakuba
56. Wola Radziszowska, Kościół pomocniczy pw. Wniebowzięcia NMP
57. Wołowiec, Cerkiew prawosławna pw. Opieki Matki Bożej
58. Zawoja, Kościół pw. św. Klemensa

2.12. Projekty „Poznaj region” oraz „Małopolska – Meeting&Travel”

Małopolska Organizacja Turystyczna wzięła udział w otwartym konkursie ofert na realizację zadań publicznych Województwa Małopolskiego w dziedzinie turystyki i krajoznawstwa w 2023 r. pn. "Małopolska Gościnna – IV edycja". W ramach konkursu zostały przez MOT złożone dwie oferty – w ramach 3 priorytetu pn. „Poznaj region” oraz w ramach 4 priorytetu pn. „Małopolska – Meeting & Travel”. Obie oferty zostały rozpatrzone pozytywnie i podpisano umowy na ich realizację.

W ramach zadania „Poznaj region” zorganizowane zostaną w Krakowie min. 50 wizyty/wydarzenia turystyczno-kulturalne dla dzieci i młodzieży z Małopolski obejmujące m.in. wizytę w Operze Krakowskiej na jednym z widowisk muzyczno-scenicznych - spektaklu „Kopernik”, które połączone będą ze zwiedzaniem atrakcji Krakowa - jednego z najpiękniejszych polskich miast w oparciu o autorski program, podczas którego uczestnicy zobaczą najważniejsze zabytki m.in.: Barbakan, Bramę Floriańską, Rynek Główny, Sukiennice czy Zamek Królewski na Wawelu. Planowany jest udział min. 2200 dzieci i młodzieży, w terminach 11 i 11.12 oraz 29 i 30.11.2023.

Celem drugiego projektu pn. „Małopolska – Meeting&Travel” jest organizacja w kraju i na arenie międzynarodowej wydarzeń i prezentacji z zakresu promocji oferty turystycznej Małopolski. W ramach zadania zostaną zorganizowane wydarzenia dla branży turystycznej w kraju: II Europejski Kongres Sportu i Turystyki w Zakopanem (kongres połączony

PLAN PRACY MOT NA 2023

z obchodami Światowego Dnia Turystyki i Galą Turystycznych Skarbów Małopolski już odbył się 26-28.09.2023), konferencja dla branży turystycznej pn. Współpraca-Innowacje-Turystyka Zrównoważona (już się odbył 2.10.2023), prezentacja Małopolski na targach TT Warsaw oraz organizacja wydarzeń za granicą: prezentacji na Międzynarodowych Targach Turystycznych TTG Travel Experience Rimini, prezentacji oferty enoturystycznej w Brukseli, misji gospodarczych do Japonii i Arabii Saudyjskiej, workshopu w Wenecji, prezentacji Małopolski podczas konferencji Aviation Bridge w Nowym Jorku. Zrealizowane zostaną działania prezentacyjno-promocyjno-reklamowe z wykorzystaniem anteny ogólnopolskiej rozgłośni radiowej RMF FM skierowane do mieszkańców Polski z przewodnim wątkiem turystycznym i kulturowym, gdzie szczególnie promowana będzie turystyka przyjazdowa okolicznościowa – związana z konkretną okazją przyjazdową, jaką są święta Bożego Narodzenia i oferta zimowa regionu. Działania składać się będą z kampanii spotowej, konkursu dla słuchaczy, w wyniku którego wyłonione osoby otrzymają nagrodę w formie kompleksowej organizacji pobytu w terminie okolicy świątecznym w wybranym hotelu lub pensjonacie w Małopolsce, organizacja min. 5 wydarzeń w formie roadshow z oprawą redakcyjną na antenie RMF FM, podczas których zostanie rozdanych min. 500 choinek świątecznych, a ponadto przeprowadzone będą degustacje małopolskich potraw bożonarodzeniowych. W ramach zadania „Małopolska – Meeting&Travel” przygotowany zostanie także program telewizyjny o charakterze turystyczno-kulinarnym, prezentujący elementy kuchni i główne produkty turystyczne Małopolski.

Oba projekty zostaną zrealizowane w okresie wrzesień-grudzień 2023. Kwota dofinansowania projektu „Poznaj region” to 800 000,00 zł, natomiast projektu „Małopolska – Meeting&Travel” to 2 150 000,00 zł.

3. Współpraca z Polską Organizacją Turystyczną i Ministerstwem Sportu i Turystyki

3.1. Europejski Kongres Sportu i Turystyki

W dniach 26-28.09.2023 w Zakopanem w Hotelu Bachleda Kasprowy odbywał się II Europejski Kongres Sportu i Turystyki. Drugi raz przez trzy dni, gościliśmy w Zakopanem działaczy, trenerów, sportowców, osoby ze świata mediów i biznesu, a przede wszystkim krajowych i europejskich decydentów. Wszyscy spotkali się w jednym miejscu, by rozmawiać o wyzwaniach, jakie stają przed światem sportu i turystyki w trzeciej dekadzie XXI wieku.

Wiele niezwykle ważnych i trudnych zagadnień wymaga szerokiej i systemowej debaty z udziałem tych, którzy są stale zainteresowani rozwojem sportu i turystyki, a także mają realny wpływ na funkcjonowanie tych dziedzin.

W drugi dzień Kongresu – 27.09. odbyła się uroczysta gala Światowego Dnia Turystyki, podczas której rozstrzygnięto konkurs „Turystyczne Skarby Małopolski”.

PLAN PRACY MOT NA 2023

3.2. Konferencja branżowa 2.0. WSPÓŁPRACA – INNOWACJE - TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA

Małopolska Organizacja Turystyczna włączyła się w realizację wraz z Polską Organizacją Turystyczną projektu WSPÓŁPRACA – INNOWACJE - TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA z początkiem października 2023. Projekt ten ma charakter ogólnopolski, jest realizowany z POT we współpracy z regionalnymi organizacjami turystycznymi. Elementem kluczowym jest konferencja dedykowana tej tematyce z zakresu aktualnych wizji, strategii profesjonalizacji produktów turystycznych i nowych trendów promocji turystyki. Patronem medialnym wydarzenia jest Dziennik Rzeczpospolita Serwis Turystyka.

Konferencja odbyła się w Hotelu Hilton Garden Inn – Kraków Airport w Balicach w dniu 2.10.2023 r. Inicjatorem i promotorem przedsięwzięcia jest Polska Organizacja Turystyczna, a wydarzenie otrzymało dofinansowanie ze środków Województwa Małopolskiego. W konferencji udział wzięli prominentni goście, m.in.: Andrzej Gut-Mostowy - Sekretarz Stanu, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Anna Korfel-Jasińska - Zastępca Prezydenta Miasta Krakowa Rafał Szmytke - Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej, Grzegorz Biedroń - Prezes Małopolskiej Organizacji Turystycznej. Wśród prelegentów znaleźli się Pavel Trojan, Dyrektor Zagranicznego Ośrodka Polskiej Organizacji Turystycznej w Pradze, Adam Mikołajczyk, Prezes Fundacji Best Place – Europejski Instytut Marketingu Miejsc, Anula Galewska, Prezes Fundacji Travindy Grzegorz Biedroń, Prezes Małopolskiej Organizacji Turystycznej, Radostaw Włoszek, Prezes Kraków Airport, Jerzy Regiec, Prezes Polskiego Stowarzyszenia Flisaków Pienińskich, dr Bartłomiej Walas, prof. Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej, Grzegorz Soszyński, Prezes Stowarzyszenia Organizacja Turystyczna Królewskiego Miasta Krakowa. Podsumowaniem konferencji była debata z udziałem ekspertów branżowych, m.in., Anna Jędrocha – Wiceprezes Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy w Polsce, Elżbieta Kantor – Dyrektor Wydziału Turystyki Urzędu Miasta Krakowa, Anna Galewska – Prezes Fundacji Travindy, Grzegorz Biedroń – Prezes Małopolskiej Organizacji Turystycznej, Grzegorz Gogola – Prezes Kraków Airport Hotel, Piotr Polanek – Dyrektor Departamentu Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, Marcin Pałach – Dyrektor Tarnowskiego Centrum Informacji. Panel dyskusyjny moderowany był przez Adam Mikołajczyk, Prezesa Fundacji Best Place – Europejski Instytut Marketingu Miejsc. W konferencji udział wzięło blisko 80 osób z branży przemysłu czasu wolnego, turystycznej, hotelarskiej, branżowych i gospodarczy stowarzyszeń oraz przedstawicieli Jednostek Samorządu Terytorialnych.

3.3. Współpraca z Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych

W ramach otwartego konkursu ofert na dofinansowanie realizacji zadań publicznych w 2023 roku z zakresu części 40 budżetu państwa – Turystyka, - Priorytet 3. Podnoszenie jakości i kompetencji kadr zawodowych i społecznych w turystyce w zakresie poprawy świadczonych usług”, prowadzonego przez Ministra Sportu i Turystyki, Forum Regionalnych Organizacji

PLAN PRACY MOT NA 2023

Turystycznych (FROT) złożyło wnioski o dofinansowanie projektu pt. „AKADEMIA LIDERÓW III – jak budować prawdziwe zaangażowanie i rozwijać talenty w zespole? Podniesienie kompetencji zawodowych turystycznej kadry menadżerskiej. Partnerami FROT w realizacji projektu będą regionalne organizacje turystyczne, w tym Małopolska Organizacja Turystyczna. Zgodnie z założeniami projektu udział uczestników w warsztatach jest bezpłatny.

Okres realizacji projektu: maj 2023 roku - październik 2023 roku.

Przyznane dofinansowanie: 149 760 zł.

Tegoroczna edycja różni się formułą, do której przyzwyczyli nas dotychczas FROT realizując dwie poprzednie edycje Akademii Liderów. Tym razem zamiast cyklu konferencyjno-szkoleniowego w formie webinarów, składającego się z szkoleń online oraz 1 konferencji stacjonarnej, zajęcia są podzielone na dwa etapy.

Część I planowanego cyklu szkoleniowego „Lider Talentów, czyli jak budować prawdziwe zaangażowanie i rozwijać talenty” skierowana jest do wybranej grupy 16 liderów lokalnych (kadry zarządzającej ROT-ów tj. dyrektor/prezes/członek zarządu ROT) ze wszystkich 16 regionalnych organizacji turystycznych (po 1 przedstawicielu z każdego ROTu). W ramach tego cyklu szkoleniowego odbędzie się 6 modułów szkoleniowych on-line, każdy składających się z warsztatów (4 godziny), a także następującej po nich sesji mentoringowej online. (1 godziny). Zgłoszenia uczestników do Cyklu I zostały zamknięte i zgodnie z planem do tej pory odbyły się 3 szkolenia z programu „Lider Talentów.”

Harmonogram Cyklu I

Moduł 1 – szkolenie 30.05.2023 „Autentyczny, silny i inspirujący lider w trudnych dla turystyki czasach VUCA” | 9:00 – 13:00

sesja mentoringowa – 13.06.23 | 9:00 – 10:00

Moduł 2 – szkolenie 15.06.2023 „Buduj siłę i motywację swojego zespołu na talentach” | 9:00 – 13:00

sesja mentoringowa – 29.06.23 | 9:00 – 10:00

Moduł 3 – szkolenie 11.07.2023 „Rozwój talentów w zespole” | 9:00 – 13:00

sesja mentoringowa – 25.07.23 | 9:00 – 10:00

Moduł 4 – szkolenie 03.08.2023 „Lider turystyki jako coach” | 9:00 – 13:00

sesja mentoringowa – 29.08.23 | 9:00 – 10:00

Moduł 5 – szkolenie 07.09.2023 „Angażujące stawianie i egzekwowanie celów” | 9:00 – 13:00

sesja mentoringowa – 26.09.23 | 9:00 – 10:00

Moduł 6 – szkolenie 03.10.2023 „Odważne rozmowy z pracownikami” | 9:00 – 13:00

sesja mentoringowa – 17.10.23 | 9:00 – 10:00

PLAN PRACY MOT NA 2023

Część II to program rozwojowy pn. „Zarządzanie talentami i potencjałem ludzi”, przeznaczony dla szerszego grona ok 100 osób – menedżerów lokalnych, członków i pracowników regionalnych i lokalnych organizacjach turystycznych. Planowane jest przeprowadzenie 2 serii po 3 warsztaty tematyczne dla kadry menedżerskiej turystyki, prowadzonych w formie on-line w formie 4 godzinnych modułów, połączonej z formą ćwiczeniową. Warsztaty w niewielkiej grupie (50 osób) bazować będą na pracy pomiędzy uczestnikami i zapewnią większą otwartość na kontakt z trenerem i zadawanie pytań. Reasumując, w szkoleniu udział weźmie łącznie 100 osób, które w grupach po 50 osób odbędą 3 warsztaty online, każde po 4 godziny.

Program będzie koncentrował się na następujących zagadnieniach:

- a) Trendy w skutecznym zarządzaniu ludźmi w kontekście zachodzących zmian na rynku pracy, obecną sytuację biznesową opisywaną jako świat VUCA (skrót VUCA pochodzi od słów Volatile - czyli Zmienny, Uncertain - czyli Niepewny, Complex - Skomplikowany, Ambiguity - Niejednoznaczność), biorąc jako studium przypadku szczególnie skomplikowaną sytuację na rynku turystycznym;
- b) Kluczowe umiejętności potrzebne kadrze menedżerskiej do zarządzania ludźmi; wyodrębnienie oraz specyfikacja umiejętności zostanie dokonana w oparciu o wyniki badań przeprowadzonych przez Talent Development Institute – kim lider turystyki ma się stać, aby skutecznie radzić sobie w obecnej sytuacji?;
- c) Zarządzanie talentami i potencjałem ludzi – jak identyfikować potencjał w naszym zespole i skutecznie go wykorzystywać dla osiągania celów biznesu turystycznego;
- d) Jak budować prawdziwe zaangażowanie ludzi pracujących w instytucjach/usługach turystycznych opierając się na ich talentach i potrzebach motywacyjnych (szczególnie istotny moduł w przypadku zarządzania ludźmi z pokolenia Millenials);
- e) Jak jako lider budować odporność psychiczną naszych ludzi do radzenia sobie z obecnymi wyzwaniami rynku turystycznego.

Rozpoczęcie II części projektu planowane jest na drugą połowę października 2023 r, a informacje o uruchomieniu zapisów zostaną przekazane drogą mailową w momencie ogłoszenia naboru przez Forum Regionalnych Organizacji Turystycznej.

3.4. Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT

Po raz kolejny Małopolska Organizacja Turystyczna pełni rolę strategicznego partnera konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej. Wzorem lat ubiegłych Małopolska Organizacja Turystyczna odpowiedzialna jest za właściwą organizację i poziom merytoryczny zgłoszeń do regionalnego etapu konkursu w województwie małopolskim, który poprzedza etap ogólnopolski. Etap regionalny konkursu rozpoczął się już 30 czerwca br. i trwał do 8 września 2023 roku. W tym czasie można było zgłaszać produkty

PLAN PRACY MOT NA 2023

turystyczne o charakterze: a) wydarzenie cykliczne, b) pakiet usług turystycznych / impreza turystyczna, c) obiekt, d) szlak, e) miejsce.

Tegoroczny konkurs wprowadza 4 kategorie certyfikatów.

1. Certyfikat POT,
2. Złoty Certyfikat POT,
3. Certyfikat Turystyczne Odkrycie Roku
4. Certyfikat Internautów.

Zgłoszone produkty podlegać będą ocenie regionalnej Komisji Konkursowej, która wytypuje produkty turystyczne do kolejnego, tym razem, ogólnopolskiego etapu. Wśród wybranych będą maksymalnie 3 produkty turystyczne nominowane do Certyfikatu POT, 1 produkt w kategorii Złoty Certyfikat oraz 1 produkt w kategorii Turystyczne Odkrycie Roku. Ta ostatnia kategoria zastąpiła dotychczasowy Certyfikat Specjalny i mimo zmiany w nazwie obejmuje kryteriami te same produkty turystyczne, tj. posiadające niezwykły potencjał, są mało znane i istnieją na rynku nie dłużej niż dwa lata.

Zgłoszenia do etapu regionalnego można dokonywać za pomocą aplikacji konkursowej na stronie konkurs.pot.gov.pl/konkurs wybierając odpowiednie województwo oraz nazwę konkursu. Zgodnie z regulaminem prawo zgłaszania kandydatur jest niemalże nieograniczone i przysługuje Polskiej Organizacji Turystycznej, regionalnym i lokalnym organizacjom turystycznym, jednostkom samorządu terytorialnego, twórcom produktów turystycznych, podmiotom z branży turystycznej (m. in. przedsiębiorcom turystycznym), organizacjom zrzeszającym przedsiębiorców z dziedziny turystyki, w tym samorządu gospodarczego i zawodowego oraz stowarzyszeniom działającym w tej dziedzinie.

Etap ogólnopolski konkursu zakończy się po koniec października br. Wyłonionym w drodze konkursu produktom turystycznym zostaną przyznane, w zależności od kategorii do której je zgłoszono: Certyfikaty POT, Złoty Certyfikat POT lub Certyfikat Turystyczne Odkrycie Roku. Jednocześnie w drodze głosowania internetowego na portalu www.polska.travel przyznany zostanie Certyfikat Internautów.

Ceremonia wręczenia Certyfikatów POT nastąpi pod koniec bieżącego roku i zakończy tegoroczną edycję konkursu. Produkty turystyczne wyróżnione Certyfikatem POT zostaną włączone w wybrane działania promocyjne POT na rynku krajowym i rynkach objętych działaniami Zagranicznych Ośrodków Polskiej Organizacji Turystycznej do końca następnego roku kalendarzowego. Nagrodą główną dla produktu, który uzyska „Złoty Certyfikat” będzie krajowa kampania promocyjna w 2024 roku o wartości nie mniejszej niż 200 tys. zł.

Do 8 września br., terminu zakończenia etapu regionalnego konkursu, przestano 16 poprawnie wypełnionych i kompletnych zgłoszeń, z czego 8 do Certyfikatu POT, 7 do Turystycznego Odkrycia Roku oraz 1 w kategorii Złoty Certyfikat. Do etapu ogólnopolskiego konkursu Regionalna Komisja Konkursowa składająca się z 15 przedstawicieli Zarządu Małopolskiej Organizacji Turystycznej rekomendowała - zgodnie z założeniem konkursu - 3

PLAN PRACY MOT NA 2023

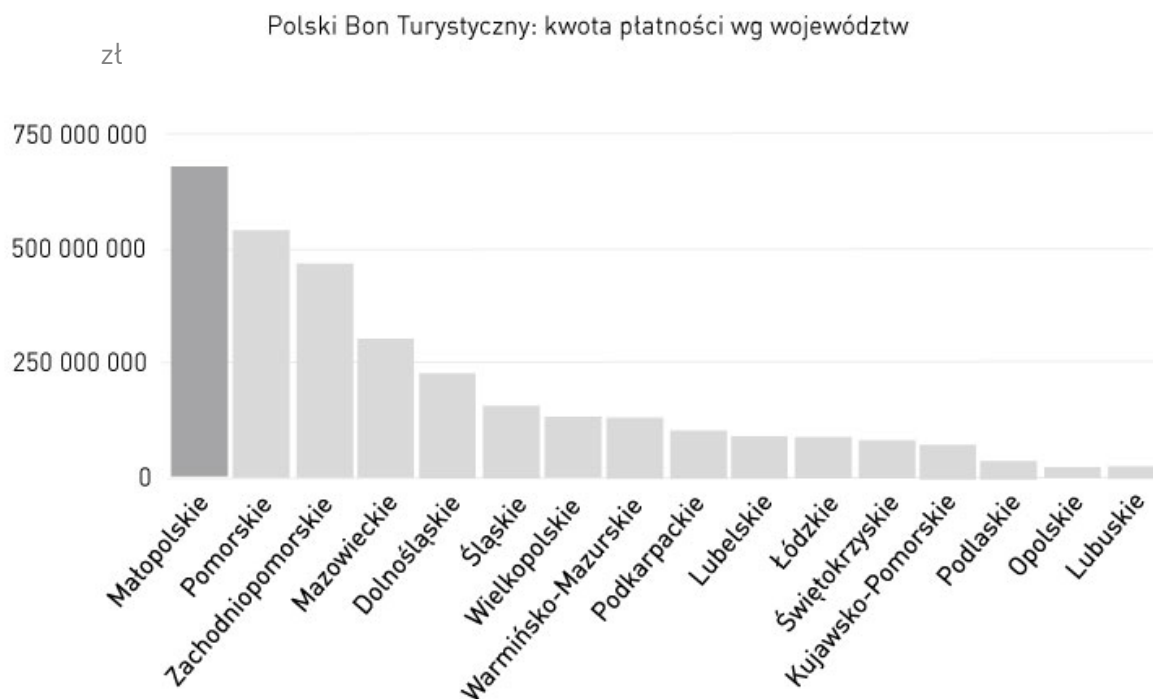
podmioty: Skansen Przemysłu Naftowego Magdalena w Gorlicach (zgłoszony przez Urząd Miejski w Gorlicach), Leśne Molo w Starym Sączu (zgłoszone przez Urząd Gminy w Starym Sączu) oraz Pracownię i Muzeum Witrażu w Krakowie (zgłoszoną przez Fundację Muzeum Witrażu), spośród których do Certyfikatu Internautów zgłoszono: Skansen Przemysłu Naftowego Magdalena w Gorlicach. Losy tej kandydatury będą rozstrzygać sami Internauci podczas konkursu internetowego w dniach **16-31 października 2023** na Narodowym Portalu Turystycznym **polska.travel**. W kategorii Turystyczne Odkrycie Roku 2023 Komisja rekomendowała Twierdzę Kraków zgłoszoną przez Urząd Miasta Krakowa, podczas gdy w kategorii Złoty Certyfikat POT rekomendowano Kopalnię Soli Wieliczka. Obecnie wszystko w rękach Członków Kapituły Ogólnopolskiej, którzy będą oceniać wnioski w dniach 26.09 – 23.10.2023 r, a plenarne posiedzenie Kapituły planowane jest pod koniec października w siedzibie POT. Ogłoszenie wyników nastąpi podczas uroczystej Gali wręczenia nagród w Warszawie w Forcie Legionów 28 listopada 2023 roku.

3.5. Polski Bon Turystyczny

Program „Polski Bon Turystyczny” wystartował 1 sierpnia 2020 r. w celu wsparcia branży turystycznej, która znalazła się w trudnej sytuacji na skutek kryzysu wywołanego pandemią COVID-19 oraz w celu pomocy rodzinom z dziećmi. Od początku cieszył się dużym zainteresowaniem. Ze względu na pozostającą wciąż do wykorzystania liczbę bonów i w celu dalszego wzmocnienia ekonomicznego krajowej branży turystycznej, szczególnie sektora małych i średnich przedsiębiorstw, program został przedłużony do końca września 2022 roku, a następnie podjęto decyzję o wydłużeniu ważności programu do końca marca 2023 roku. **Największy ruch turystyczny oraz największą liczbę płatności i kwotę płatności Polskim Bonem Turystycznym odnotowało województwo małopolskie.** Na dzień 31 marca 2023 r. w systemie do obsługi Polskiego Bonu Turystycznego widniało ponad 28 tys. aktywnych podmiotów turystycznych. W Małopolsce można było płacić bonem turystycznym u 5,6 tys. podmiotów. Z danych ZUS wynika, że **od początku działania programu największą liczbę płatności bonem zanotowano w województwie małopolskim (prawie 1,3 mln).**

Województwo Małopolskie uplasowało się również na pierwszym miejscu jeśli chodzi o kwotę płatności bonami. **Do podmiotów turystycznych z naszego regionu wpłynęło 675 milionów złotych.**

PLAN PRACY MOT NA 2023



Najwięcej środków z bonu turystycznego trafiło do powiatów tatrzańskiego (ponad 270 mln zł), oświęcimskiego (157 mln zł) i nowotarskiego (80 mln zł.). W Krakowie dokonano transakcji na łączną kwotę 70 mln zł. Największym beneficjentem programu w Polsce został Park Rozrywki Energylandia w Zatorze. Z tego tytułu wpłynęło tam aż 128 mln zł.

Przez cały okres obowiązywania Polskiego Bonu Turystycznego, czyli od 1 sierpnia 2020 r. do 31 marca 2023 r., zostało zrealizowanych ponad 5,5 mln transakcji na łączną kwotę prawie 3,2 mld zł. Do płatności wykorzystanych zostało 3 757 490 bonów, czyli 95% aktywnych bonów. Ponad połowa płatności bonem (56,7%) została przeznaczona na usługi hotelarskie.

Największe zainteresowanie Polskim Bonem Turystycznym odnotowano od lipca do sierpnia 2021 r. (zrealizowano wtedy ponad 30 proc. wszystkich transakcji). Kolejny duży skok zarówno w liczbie transakcji, jak i kwocie płatności odnotowano w okresie wakacyjnym 2022 r. oraz w marcu 2023 r., czyli w ostatnim miesiącu obowiązywania programu.

3.6. Mobilne Centrum Edukacji Turystyczna Szkoła

W roku 2023 przewidziano działania promocyjne we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną w ramach porozumienia „Mobilne Centrum Edukacji Turystyczna Szkoła”. W Zespole Szkół Ponadpodstawowych im. Jana Pawła II w Krynicy-Zdroju, 20 marca 2023 r., trwały zajęcia dla uczniów szkół, w których udział wzięta dwójka pracowników Małopolskiej Organizacji Turystycznej z udziałem Małopolskiego Campera. Podczas aktywnej promocji Małopolski oraz Krakowa, równoległe odbywała się promocja Polskiego Bonu Turystycznego.

PLAN PRACY MOT NA 2023

Podczas inicjatyw gośćmi specjalnymi były osoby piastujące najwyższe stanowiska w Ministerstwie Sportu i Turystyki.

3.7. Pozostała współpraca z POT i MSiT

Małopolska Organizacja Turystyczna regularnie współpracuje z Polską Organizacją Turystyczną. Współuczestniczy podczas organizacji podróży studyjnych dla touroperatorów oraz podróży prasowych dla dziennikarzy i influencerów z rynków zagranicznych, a także w ramach organizacji Polskich Stoisk Narodowych na zagranicznych targach turystycznych organizowanych przez POT.

Na bieżąco prowadzona jest wymiana informacji z zakresu atrakcji i produktów turystycznych, konkursów i projektów promocyjnych organizowanych przez POT m.in. „Polskich Marek Turystycznych”, Turystycznych Mistrzostw Vlogerów, Turystycznej Szkoły – Mobilnego Centrum Edukacji czy promocji Certyfikatu Dobrych Praktyk POT. Kontynuowana jest współpraca w zakresie promocji Polski, w roku 2023 w szczególności jako kraju – gospodarza Igrzysk Europejskich 2023.

Małopolska Organizacja Turystyczna realizuje także wspólne działania wraz z Ministerstwem Sportu i Turystyki. W czerwcu dzięki współpracy MOT, MSiT oraz POT zorganizowane zostało w Mszanie Dolnej Wspólne Posiedzenie Rady Ekspertów ds. turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz Rady Polskiej Organizacji Turystycznej poprzedzone konferencją poświęconą prezentacji regionów Małopolski. Motywem przewodnim wspólnego posiedzenia na czele z wiceministrem sportu i turystyki Andrzejem Gutem-Mostowym było wsparcie rozwoju turystyki społecznej przez administrację rządową.

W roku 2023 Małopolska Organizacja Turystyczna realizuje zadanie dofinansowane z Ministerstwa Sportu i Turystyki w ramach otwartego konkursu ofert na wsparcie w 2023 roku realizacji zadań publicznych z zakresu turystyki. Zadanie pn. „Przygotowanie audio przewodników jako nowoczesnej formy prezentacji atrakcji turystycznych Województwa Małopolskiego” otrzymało dofinansowanie w kwocie 155 628,00 zł przy całkowitym koszcie projektu 174 800,00 zł.

Celem zadania jest stworzenie nowoczesnej formy prezentacji regionu poprzez przygotowanie audio przewodników w języku polskim z wybranych atrakcji turystycznych Województwa Małopolskiego. Planowane jest przygotowanie 10 audio przewodników dla:

- Kraków Stare Miasto (1 godzina nagrania),
- Kraków Stare Miasto – wycieczka rodzinna (1 godzina nagrania),
- Dzielnica Kazimierz Kraków (1 godzina nagrania),
- Dzielnica Kazimierz Kraków - wycieczka rodzinna (1 godzina nagrania),
- Nowy Sącz (30 minut nagrania),
- Tarnów Stare Miasto (30 minut nagrania),
- Tarnów Stare Miasto – wycieczka rodzinna (1 godzina nagrania),

PLAN PRACY MOT NA 2023

- Krynica-Zdrój (30 minut nagrania),
- Zakopane (30 minut nagrania),
- Muszyna (30 minut nagrania).

Każde nagranie zostanie przygotowane również w formie audiodeskrypcji. Przygotowane audio przewodniki zostaną umieszczone na portalu visitmalopolska.pl oraz w aplikacji VisitMałopolska i będzie można z nich korzystać bezpłatnie. Taka forma prezentacji atrakcji turystycznej pozwoli w łatwy i szybki sposób zwiedzać Małopolskę a zważywszy na wciąż rosnące potrzeby klientów w zakresie turystyki taka forma ułatwi i uatrakcyjni zwiedzanie regionu. Trasy przebiegać będą po najatrakcyjniejszych miejscach, a wsparcie audio przewodnika, który oprócz przekazania informacji praktycznych co do poszczególnych punktów, opowie o tych miejscach ciekawostki których nie znajdziemy w tradycyjnych przewodnikach.

We współpracy z Zagranicznym Ośrodkiem Polskiej Organizacji Turystycznej w Amsterdamie powstało wydawnictwo promujące atrakcje turystyczne Małopolski w języku niderlandzkim. Wydawnictwo będzie wykorzystywane do celów promocyjnych na rynku niderlandzkim, w tym podczas targów turystycznych.

4. Oznakowanie turystyczne regionu

W ramach zarządzania oznakowaniem turystycznym regionu w dniach 12.04.2023-30.06.2023 r. przeprowadzono inwentaryzację stanu i mycia oznakowania turystycznego regionu w ramach realizacji projektu pn. „Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej w latach 2023-2024”. Całkowity koszty realizacji: 84 255,00 zł brutto. Celem inwentaryzacji było oklejenie, ocena techniczna i mycie znaków drogowych i tablic informacyjnych wg zestawienia:

- a) 89 tablic informacyjnych o największych atrakcjach turystycznych Województwa Małopolskiego,
- b) 504 turystyczne znaki drogowe kierujące do największych atrakcji turystycznych Województwa Małopolskiego, w tym po samochodowym szlaku turystycznym „Małopolska - Światowe Dziedzictwo” oraz małopolskim odcinku Południowo-Zachodniego Szlaku Cysterskiego,
- c) 20 tablic informacyjno-promocyjnych zlokalizowanych przy drogach wjazdowych do Małopolski, tzw. „witaczy”.
- d) 231 tablic samochodowego szlaku turystycznego „Szlak frontu wschodniego I wojny światowej”. (przekazane na rzecz MOT przez UMWM od bieżącego 2023 r.)

Łączna ilość znaków poddana ocenie to 844. W ramach zadania wykonano dokumentację fotograficzną zawierającą 2101 zdjęć. Z 844 tablic informacyjnych/znaków drogowych poddanych inwentaryzacji zlokalizowano, poddano ocenie technicznej i umyto 790. Stwierdzono brak 19 znaków drogowych i tablic informacyjnych (4), 1 witacza, 4 znaków Szlaku

PLAN PRACY MOT NA 2023

Cysterskiego, 30 znaków Szlaku frontu wschodniego I wojny światowej. Łącznie brak 54 znaków.

Z przeprowadzonej inwentaryzacji wynika, iż większość znaków drogowych jest w poprawnym stanie technicznym. Ze względu na ograniczony budżet, spośród 169 znaków (brakujące+do naprawy), 41 zakwalifikowano do wymiany lub naprawy. Do końca września br. planowane jest odtworzenie brakujących znaków, o łącznej wartości 72 000,00zł brutto, po wcześniejszych konsultacjach z zarządcami dróg oraz władarzy terenów i wykonawców prac budowlanych, należących do dotychczasowych lokalizacji posadowienia brakującego oznakowania turystycznego drogowego pionowego.

Małopolska Organizacja Turystyczna w bieżącym roku pozytywnie rozpatrzyła opinię dla znaków drogowych turystycznych: Miasto Kęty (Średniowieczny Rynek, Muzeum w Kętach, Zabytkowe kościoły i klasztory), Muzeum w Kętach, Jaskinia Wierzchowska (prosto 7km).

5. Małopolski Festiwal Balonowy „Odlotowa Małopolska” i działania z udziałem Balonu Małopolska

Małopolska Organizacja Turystyczna od kilku lat intensywnie i z wielkim powodzeniem promuje region w Polsce i za granicą za pomocą balonu Małopolska.

Rok 2023 rozpoczął się udziałem balonu w Qatar Balloon Festival, który odbywał się nad Zatoką Perską. Podczas 10-dniowego festiwalu prezentowało się 35 balonów z całego świata.

Na przełomie marca i kwietnia balon Małopolska można było zaobserwować wśród 30 kolorowych balonów latających nad majestatycznymi Tatrami – od południa, od wschodu nad uroczymi Pieninami, od zachodu z widokiem na panoramę Babiej Góry a od północy na pasmo Gorców. Wtedy to Małopolska Organizacja Turystyczna we współpracy z Województwem Małopolskim, Miastem Nowy Targ, Aeroklubem Nowy Targ oraz Kraków Balloon Team zaprosiła na 2. Małopolski Festiwal Balonowy – „Odlotowa Małopolska”. Nowością na małopolskim niebie był również balon promujący Igrzyska Europejskie Kraków – Małopolska 2023, które odbyły się na przełomie czerwca i lipca br. Odlotowe załogi stanęły do walki m.in. o Puchar Marszałka Województwa Małopolskiego Balonów na Ogrzane Powietrze, Puchar Prezesa Małopolskiej Organizacji Turystycznej oraz Puchar Burmistrza Miasta Nowy Targ.

Małopolski balon prezentował się także m.in. podczas międzynarodowego zlotu sympatyków turystyki carawaningowej Europa Rally oraz na IV Warszawskiej Fieście Balonowej.

PLAN PRACY MOT NA 2023

Wydarzenia w roku 2023 z udziałem balonu Małopolska:

Data	Miejsce	Wydarzenie
01.01.2023	Kraków	Lot noworoczny
19-28.01.2023	Qatar	Qatar Balloon Festival
31.03-02.04.2023	Nowy Targ/Białka Tatrzańska	II Festiwal Balonowy "Odlotowa Małopolska"
08.04.2023	Giebuttów	Odlotowe Święcenie Pokarmów
29.04.2023	Mogielica	Otwarcie sezonu turystycznego w Małopolsce
02.05.2023	Wola Więctawska	Dzień Flagi
03.05.2023	Wola Więctawska	Święto Konstytucji
06.05.2023	Sromowce Niżne	Wejścia pogodowe „Pytanie na Śniadanie” TVP pod Trzema Koronami
20.05.2023	Trzebinia	Małopolska MTB Tour
26-27.05.2023	Kraków	Europa Rally
02-04.06.2023	Przyszowa	Dzień Dziecka
16-18.06.2023	Warszawa	IV Warszawska Fiesta Balonowa
17.06.2023	Stary Sącz	piknik
25.06.2023	Czernichów	Piknik Czernichowski
30.06.2023	Krynica Zdrój	Europejski Festiwal Biegowy
8-9.07.2023	Nowy Targ	Nowotarski Piknik Lotniczy
21.08.2023	Podzamcze	II Baloniada na Zamku Ogrodzieniec
27.08.2023	Kraków	Odlotowa Arena
04.09.2023	Nowy Wiśnicz	Nagrania do programu Polska na Weekend na zamku w Wiśniczu
09.09.2023	Gaj	Złot Turystyczny Szlakiem Gen. Józefa Bema
12-13.09.2023	Łabowa	Światowy Dzień Pierwszej Pomocy
29.09.2023	Zakopane, Jezioro Klimkowskie	Nagrania do programu telewizyjnego Sanatorium Miłości

PLAN PRACY MOT NA 2023

6. Działania promocyjne realizowane z udziałem Campera Małopolskiego

W 2023 nowy Camper Małopolski nadal realizuje założenia statutowe Małopolskiej Organizacji Turystycznej. Za pomocą mobilnej wizytówki regionu promocja jest prowadzona m.in. na wybranych imprezach targowych, koncertach oraz innych imprezach, na które zapraszany jest Camper Małopolski.

Data	Miejsce	Wydarzenie
02-04.02.2023	Zurych	Targo FESPO
07.02.2023	Salzburg	Ambient
24-26.02.2023	Herning	Danish Travel Show w Herning
18.03.2023	Wieliczka	Małopolski Festiwal Podróżniczy
20.03.2023	Krynica Zdrój	Turystyczna Szkoła POT
29.04.2023	Mogielica	Inauguracja Sezonu Turystycznego w Małopolsce
07.05.2023	Bruksela	Dzień Polski
08-19.05.2023	Dania, Szwecja, Norwegia	Kamperowa trasa skandynawska
25-29.05.2023	Kraków	Europa Rally 2023
07.06.2023	Zielona Góra	Inauguracja Połączenia Lotniczego Kraków – Zielona Góra
17.06.2023	Praga	Dzień Polski w Pradze
22-24.06.2023	Gdynia	Kamper w Gdyni - promocja kampanii Daj się Ugościć
21.06.2023	Kraków	Ceremonia Otwarcia Igrzysk Europejskich
29.06.2023	Kraków	Miss Supranational
02.07.2023	Kraków	Ceremonia Zamknięcia Igrzysk Europejskich
06.07.2023	Szczawnica	Misterzy z Flisakami
20.07.2023	Ciężkowice	Otwarcie Ścieżki w Koronach Drzew w Ciężkowicach

PLAN PRACY MOT NA 2023

21.07.2023	Siary	Otwarcie Kompleksu Parkowego połączone z Festiwalem Wina
13.08.2023	Łososina Górna	piknik
20.08.2023	Olkusz	Małopolska Tour
27.08.2023	Kraków	Piknik Tauron Arena
03.09.2023	Wadowice	Małopolska Tour
08.09.2023	Kasina SKI	Kamper w Kasinie – Moped Retro
26-28.09.2023	Zakopane	II Europejski Kongres Sportu i Turystyki
14.10.2023	Szczawnica	Redyk

7. 60. Europa Rally

Aktywnie pomagaliśmy w przygotowaniach, organizacji oraz promocji 60. Złotu Carawaningowego Europa Rally, który w maju 2023 roku odbył się w Krakowie na zielonych terenach Muzeum Lotnictwa Polskiego. Począwszy od przygotowania ulotki promującej imprezę, która z języka polskiego została przetłumaczona na 7 języków: włoski, angielski, czeski, węgierski, niemiecki, francuski i słowacki. Ulotki te towarzyszyły wielu tegorocznym wydarzeniom branżowym za granicą, na które wyruszyliśmy wraz z Camperem MOT, między innymi w trakcie targów Ferie For Alle w Herning, Vakantiebeurs 2023 w Utrechcie, MATKA Nordic Travel Fair 2023 w Helsinkach, Festiwalu Rowerowego w Wiedniu, czy Roadshow w Czechach i Słowacji. W związku z naszą wizytą w Danii informacja o Europa Rally w Małopolsce trafiła do artykułu w duńskim portalu Polennu. Informację o zlocie umieściliśmy także na mapie campingowej, która była dystrybuowana w trakcie imprez z naszym udziałem.

Współpracowaliśmy wraz z Polskim Związkiem Motorowerowym przy tworzeniu strony internetowej wydarzenia. Przekazaliśmy dla uczestników zlotu materiały promujące Małopolskę, małopolskie korale oraz gadzety. W trakcie wydarzenia Camper Małopolskiej Organizacji Turystycznej wraz z namiotem reklamowym kampanii „Daj się ugościć” stanowił biuro i recepcję zlotu. W piątkowe popołudnie, po oficjalnej paradzie narodów, w ramach atrakcji dla uczestników na terenie Muzeum Lotnictwa stanął balon Małopolski. Sobotni dzień zlotu był także dniem nagrań do „Pytania na Śniadanie” w postaci wejść pogodowych na żywo.

PLAN PRACY MOT NA 2023

Linki do wejść pogodowych ze zlotu Europa Rally:

<https://pytanienasniadanie.tvp.pl/70139238/zlot-kamperow-w-krakowie-cz1>

<https://pytanienasniadanie.tvp.pl/70139510/zlot-kamperow-w-krakowie-cz2>

<https://pytanienasniadanie.tvp.pl/70139615/zlot-kamperow-w-krakowie-cz3>

<https://pytanienasniadanie.tvp.pl/70139977/zlot-kamperow-w-krakowie-cz4>

<https://pytanienasniadanie.tvp.pl/70140051/zlot-kamperow-w-krakowie-cz5>

O całym wydarzeniu komunikowaliśmy za pośrednictwem naszych kanałów w social media oraz rozsyłając notkę prasową do naszych krakowskich partnerów medialnych (Life in Kraków, Lubię Kraków i KRKnews).

W zlocie wzięło udział 246 załóg, 517 osób z 20 krajów (Węgier, Słowacji, Niemiec, Finlandii, Luksemburga, Wielkiej Brytanii, Szwajcarii, Litwy, Chorwacji, Polski, Ukrainy, Holandii, Belgii, Czech, Słowenii, Estonii, Włoch, Serbii, San Marino i Szwecji).