

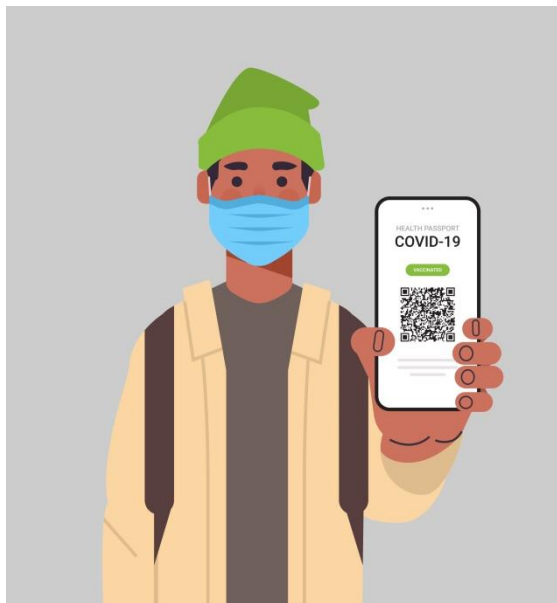
# Porządek Zebrania

1. **Otwarcie Walnego Zebrania.**
2. **Wybór przewodniczącego Zebrania.**
3. **Wybór protokolanta obrad.**
4. **Stwierdzenie prawomocności Walnego Zebrania i zdolności do podejmowania uchwał.**
5. **Zatwierdzenie porządku obrad.**
6. **Podjęcie uchwały w sprawie powołania Komisji Skrutacyjnej.**
7. **Podjęcie uchwały w sprawie powołania Komisji Uchwał i Wniosków.**
8. **Przedstawienie planu merytorycznego i finansowego PROT na rok 2022.**
9. **Podjęcie uchwały w sprawie ustalenia wysokości składek członkowskich na rok 2022 oraz zasad ich pobierania.**
10. **Podjęcie uchwały w sprawie zatwierdzenia planu merytorycznego PROT na rok 2022.**
11. **Podjęcie uchwały w sprawie zatwierdzenia planu finansowego PROT na rok 2022.**
12. **Sprawy różne i dyskusja**
13. **Podjęcie uchwał i wniosków zaproponowanych przez Komisję Uchwał i Wniosków.**
14. **Zamknięcie zebrania.**

# Turystyka 2022

Wprowadzenie

# Turystyka w czasie pandemii



- Kolejny rok z dużą liczbą wyjazdów krajowych
- Powolna odbudowa podróży zagranicznych
- Intensyfikacja podróży w okresie letnim

# Turystyka w czasie pandemii - wyzwania

- Właściwe reagowanie na potrzeby rynku
- Przygotowanie całorocznych propozycji, dostępnych „z dnia na dzień” dla poszukujących ofert
- Komunikacja z wykorzystaniem nowoczesnych technologii
- Analiza danych i trendów



# Bon Turystyczny

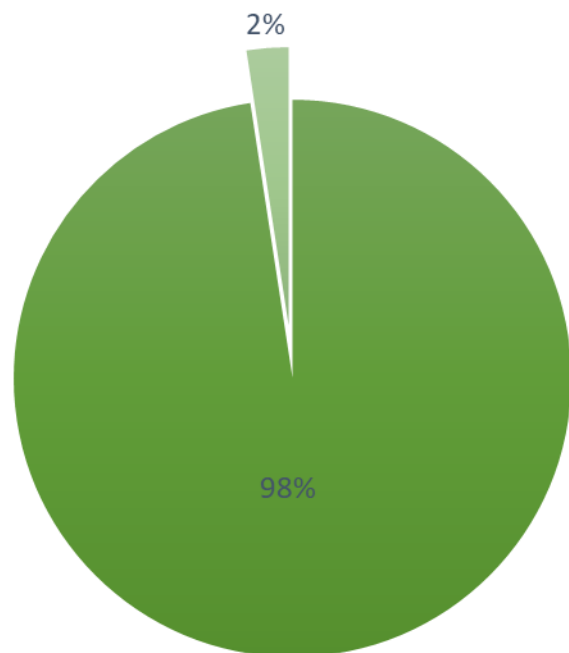
- Przeszło 370 mln trafiło do pomorskich przedsiębiorców
- Region pomorski w top 3 województw najchętniej odwiedzanych przez beneficjentów programu
- Wydłużenie programu do 30 września 2022 roku
- 1 mld złotych do zagospodarowania

## liczba obiektów hotelowych

11 052 - inne obiekty świadczące usługi hotelarskie

282 - obiekty świadczące usługi hotelarskie

**Razem 11 334**



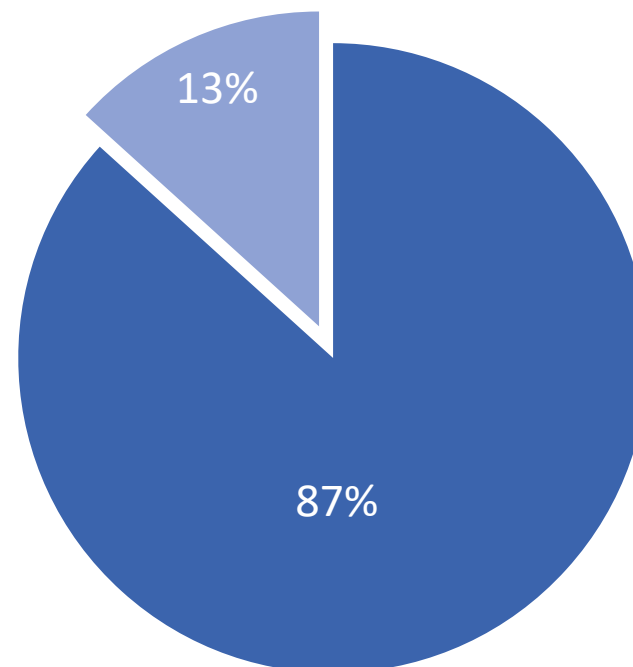
■ Obiekty nieskategoryzowane ■ Obiekty skategoryzowane

## liczba miejsc noclegowych

217 249 - miejsca noclegowe w innych obiektach hotelarskich

33 740 - miejsca noclegowe w obiektach hotelarskich

**Razem 250 989**



■ Obiekty nieskategoryzowane ■ Obiekty skategoryzowane

# Jak zmieni się podróżowanie w 2022 r.?



- Goście będą mówić TAK podróżom, nadrabiając stracony czas
- Podróż stanie się niezbędną formą dbania o samopoczucie
- Czas urlopu będzie całkowicie wolny od pracy
- Autentyczna więź z lokalnymi społecznościami będzie priorytetem
- Nowi ludzie, nowe miejsca
- Ludzie będą korzystać z technologii, by poradzić sobie z niepewnością dotyczącą podróży

*\*badanie „Trendy podróżnicze 2022” booking.com, 10.2021*

# Nowa perspektywa Finansowa UE

- Pierwsze konkursy na środki finansowe z programów międzynarodowych i krajowych poza środkami FEP
- Zrównoważony rozwój, ochrona środowiska, współpraca międzynarodowa, angażowanie sektora prywatnego oraz społeczności lokalnej tzw. włączenie społeczne, nowoczesne technologie
- Ulokowanie środków na turystykę w różnych priorytetach związanych z cyfryzacją, edukacją, kulturą, MŚP
- Regionalne Programy Strategiczne i Przedsięwzięcia Strategiczne



# Plan merytoryczny

Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej

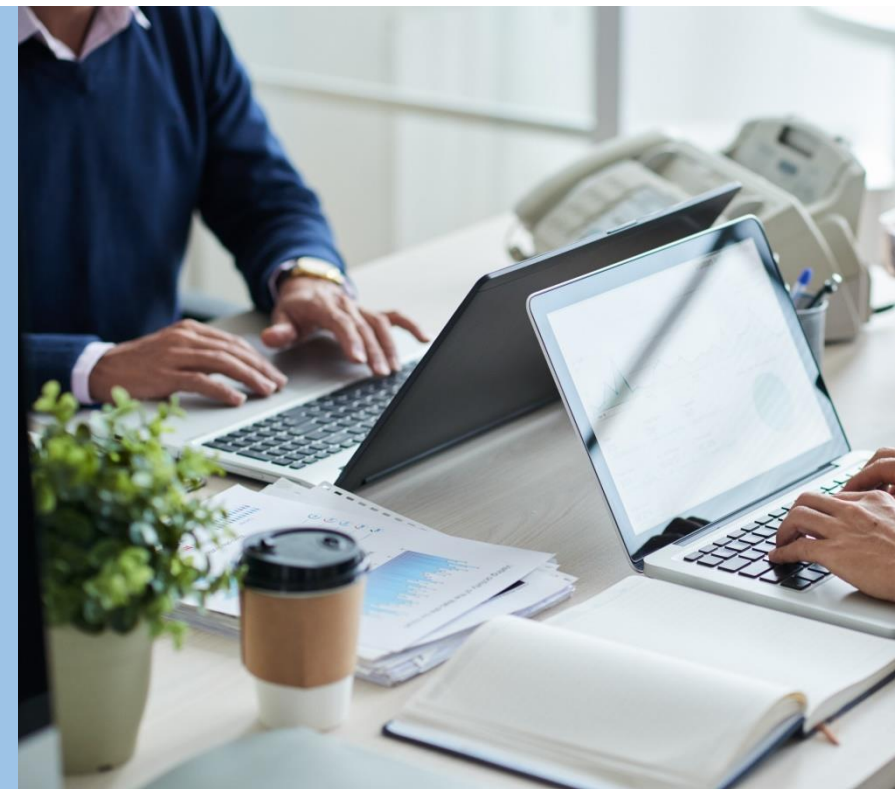
# Cele operacyjne

- **Maksymalne wykorzystanie popularności turystyki krajowej, popularyzacja oferty także poza wysokim sezonem letnim**
- **Odbudowa przyjazdów zagranicznych do Trójmiasta i regionu pomorskiego, wzmacnianie istniejących i nowych kierunków podróży lotniczych, promowych, kolejowych i samochodowych**
- **Rozwój nowych ofert i wsparcie sprzedaży świadczeń i usług firm turystycznych z województwa pomorskiego**
- **Kreowanie i umacnianie turystycznej marki regionu pomorskiego**

# Działalność PROT 2022

## - na czym opieramy nasze wybory

- Trendy w turystyce krajowej i międzynarodowej
- Strategiczne założenia krajowej, regionalnej i lokalnej promocji turystycznej
- Potencjał oferty i produktów turystycznych regionu
- Oczekiwania Członków Stowarzyszenia



# Prowadzenie Działań Promocyjnych



**Krok #1**  
diagnoza



**Krok #2**  
rozeznanie produktu



**Krok #3**  
ustalenie grupy  
docelowej



**Krok #4**  
wybór narzędzi

# Tematy wiodące

- **Turystyka aktywna: rowery/kajaki/żeglarstwo/turystyka konna/caravanning**
- **Gastronomia - Kulinaria + produkty regionalne**
- **Turystyka uzdrowskowa/wellbeing/spa&wellness/medyczna**
- **Turystyka miejska i kulturowa**
- **Natura: lasy i obszary chronione**
- **Turystyka wiejska: slowlife tourism + agroturystyka**
- **Dziedzictwo historyczne - zamki, dwory, pałace**
- **Marka premium: golf/bursztyn/design**
- **Wydarzenia**



# Obszary działania

## - aktywność wizerunkowa



**ONLINE**



**WSPÓŁPRACA  
Z MEDIAMI**

# Obszary działania

## - aktywność produktowa



**B2B**



**ONLINE**

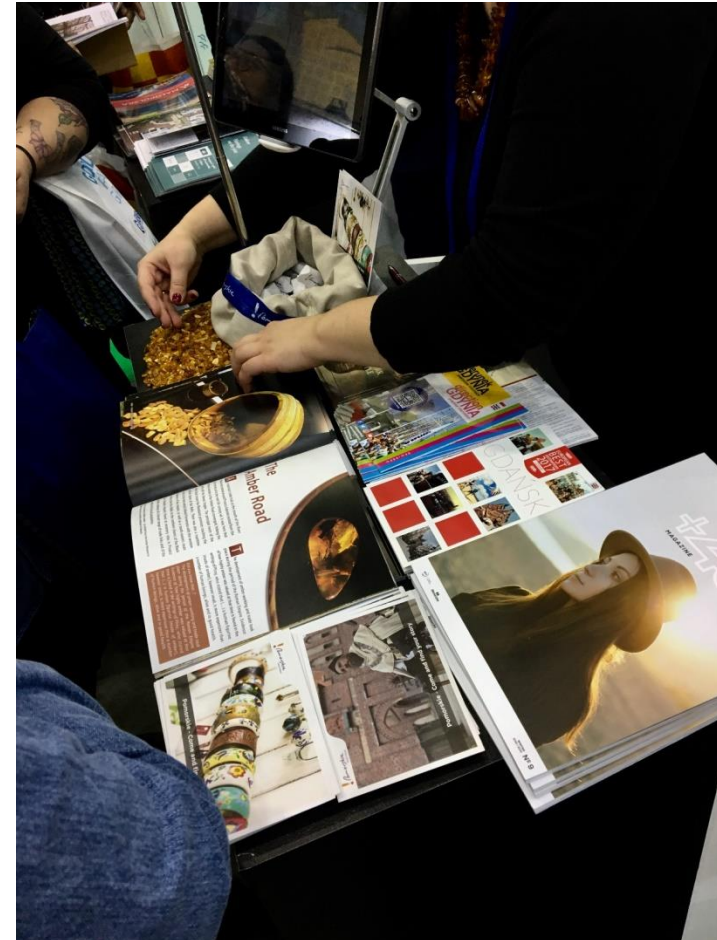
# Promocja zagraniczna

- **Rynki priorytetowe:**  
Skandynawia (Szwecja, Norwegia, Dania, Finlandia), Niemcy
- **Rynki uzupełniające:**  
Wielka Brytania, Holandia, Belgia, Hiszpania, Czechy, Izrael, Włochy, Austria, ZEA



# Promocja zagraniczna

- **Uzupełniające działania wizerunkowe i produktowe – udział w imprezach promocyjnych / workshopach:**  
**Kopenhaga, Sztokholm, Tel Awiw, Dubaj (w ramach prezentacji regionu pomorskiego podczas wystawy Expo Dubaj 2020) oraz Praga, Wiedeń, Bratysława i Budapeszt**
- **Zintegrowane działania komunikacyjne oraz dedykowane akcje marketingowe realizowane we współpracy i przy udziale partnerów biznesowych:**  
**Oslo**



# Promocja zagraniczna

## Narzędzia:

**online marketing, platformy sprzedażowe (np. przewoźników, serwisów turystycznych, biletów), influence marketing, współpraca z mediami**

## Partnerzy strategiczni:

**Zagraniczne Ośrodki POT, linie lotnicze i promowe, agencje marketingowe etc.**

## Organizacja Wizyt Studyjnych

Wizyty studyjne dziennikarzy, influencerów generują publicity o wartości kilkunastu milionów złotych oraz wielomilionowe zasięgi informacyjne.

Pobyty touroperatorów przynoszą wymierną korzyść z bezpośredniego poznania oferty i produktów turystycznych, które mogą stać się częścią pakietów oferowanych klientom z całego świata.

- |           |  |
|-----------|--|
| <b>19</b> | <b>Liczba wizyt studyjnych zrealizowanych w 2021 r.</b>                    |
| <b>53</b> | <b>Liczba dziennikarzy, blogerów, TO w czasie wizyt studyjnych 2021 r.</b> |



# Promocja zagraniczna - wybrane projekty tematyczne

## Pomorskie Prestige

Działania ukierunkowane na budowę wyjątkowej marki regionu pomorskiego w oparciu o odpowiednio wyselekcjonowane oferty z zakresu kulinariów, spa&wellness, turystyki medycznej i uzdrowskiej, kulturowej, aktywnej oraz slowlife tourism

Rozbudowa sekcji spa&wellness / uzdrowskiej oraz nowi partnerzy w sekcji kulinarnej

Aktywna promocja na rynku szwedzkim i norweskim (w planach m.in. tematyczna wizyta studyjna)

Media relations, online marketing, udział w branżowych programach tematycznych i tytułach mediowych

P O M O R S K I E  
prestige

---



Pomorska Regionalna  
Organizacja Turystyczna

# Promocja zagraniczna - wybrane projekty tematyczne

## InComing Poland Gdańsk&Pomorskie Region

Impreza branżowa o ugruntowanej pozycji na rynku. W 2022 roku planowana jest organizacja 2-3 wydarzeń na mniejszą skalę w zmienionej formule FAM Tripu dedykowanego danym rynkom (np. Szwecja, Niemcy, Hiszpania)



# Promocja krajowa

Intensywne kampanie online dedykowane subregionom

Kampania miejscowości pasa nadmorskiego

Pomorska Karta Turysty

Realizacja projektów ukierunkowanych na promocję oferty sezonu niskiego we współpracy z blogosferą

Zarządzanie siecią infomatów

Sklep internetowy



# Promocja krajowa - wybrane projekty tematyczne

## Współorganizacja cyklu imprez Rowerowe

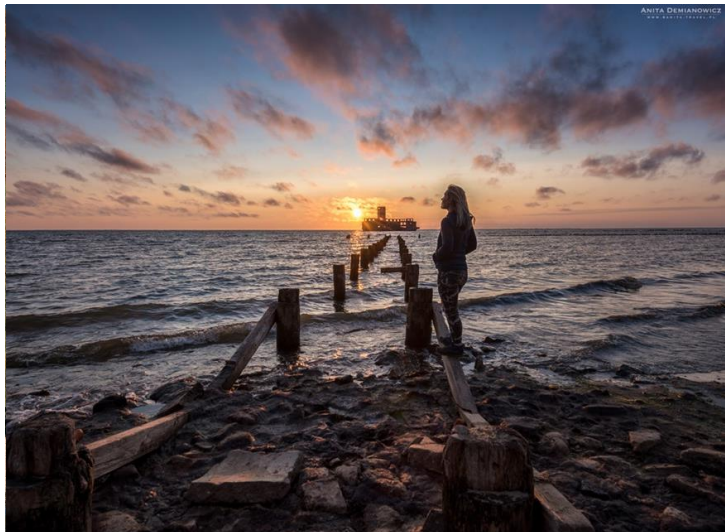
### Pomorskie

2-3 dniowe komercyjne rajdy rowerowe promujące regionalne trasy, atrakcje, produkty i oferty turystyczne

## Jednodniowe wycieczki tematyczne

Kreowanie i komercjalizacja ofert możliwych do zaimplementowania na rynku lokalnym





# Promocja krajowa – współpraca z Polską Organizacją Turystyczną

**Aktywny udział PROT w projektach realizowanych przez Polską Organizację Turystyczną:**

**Turystyczne Mistrzostwa Vlogerów**

**Certyfikat POT**

**Certyfikacja punktów IT / szkolenia personelu**

**Polska Zobacz Więcej - Weekend za Pół Ceny**

**Promocja Bonu Turystycznego**



# Projekty międzynarodowe

## Projekty EU w trakcie realizacji:

- South Baltic Manors

## Projekty EU - wnioski w trakcie oceny do potencjalnej realizacji:

- Biking South Baltic 2.0
- ComeToLearn

## Obszary tematyczne przyszłych projektów:

- Turystyka aktywna
- Turystyka uzdrowskowa / spa&wellness
- Turystyka kulinarna
- Nowoczesne technologie



# Spotkania Branżowe – ważne daty

**New Trends in Tourism**  
**01.04.2022**

**Pomorskie Forum Turystyczne**  
**kwiecień/maj 2022**

**Regionalne Obchody Światowego Dnia Turystyki**  
**30.09.2022**



# Współpraca z członkami PROT

- aplikowanie o środki w ramach konkursu wydawniczego i realizację inicjatyw promocyjnych
- współpraca przy projektach lokalnych i międzynarodowych
- dostęp do analiz prawnych, rachunkowych, bezpieczeństwa informacji
- transfer wiedzy, szkolenia, warsztaty
- analizy, raporty, statystyki



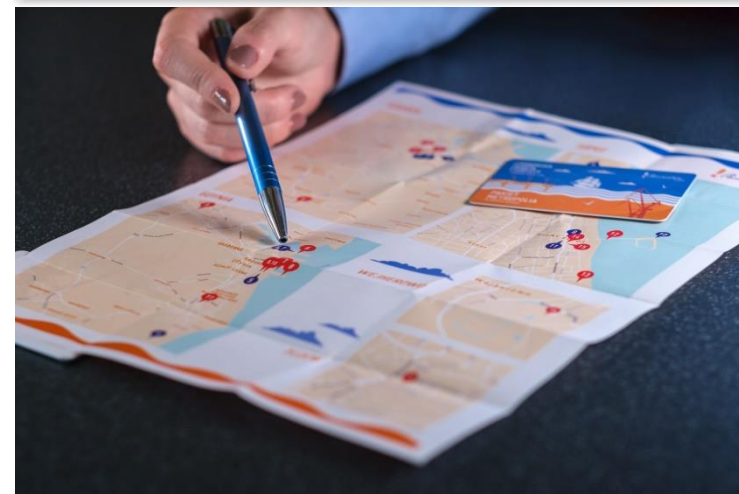
# Pomorskie Centrum Informacji Turystycznej

**Prowadzenie PCIT w Bramie Wyżynnej realizowane jest we współpracy i udziale finansowym Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

**Bieżąca informacja o regionie, sklep stacjonarny i internetowy**

**Koordinacja przez PROT regionalnego etapu certyfikacji pomorskich punktów IT**

**Komercjalizacja systemu infomatów**



# Przedsięwzięcia strategiczne - infrastruktura

## Czas na produkty turystyczne!

660 km oznakowanych  
tras rowerowych

80 miejsc postojowych dla  
rowerzystów

212 zadań inwestycyjnych:

231 obiektów,

56 przenosek

175 przystani kajakowych

32 szlaki kajakowe

4 porty żeglarskie

12 przystani jachtowych



Pomorskie  
Szlaki Kajakowe



Pomorskie  
Trasy Rowerowe



Zatoka Gdańska



Pętla Żuławska



# www.pomorskie.travel



Zobacz statystyki Promuj



Wy Zobacz statystyki Promuj



Zobacz statystyki Promuj



Zobacz statystyki Promuj



Odkryj region

Pomorskie

# Pomorskie



Aktywnie



Zaplanuj



Natura i relaks



Dla dzieci



Kultura



Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna

# Dziękujemy



Pomorska Regionalna  
Organizacja Turystyczna