



## Merytoryczny plan działań PROT na rok 2023

### Pomorski rynek turystyczny, a aktualna sytuacja gospodarcza i geopolityczna

Miniony rok w światowej i krajowej turystyce pokazał, że liczba zmiennych, które wpływają na rozwój branży turystycznej, sprzedaż ofert i popyt na wybrane usługi stale rośnie. Firmy i organizacje turystyczne, nauczyły się planować swoje działania w krótkiej perspektywie czasu oraz na bieżąco analizować trendy i zachowania konsumentów, na które wpływają liczne czynniki, które trudno przewidzieć z wyprzedzeniem.

Tegoroczne wakacje pokazały, że letnia oferta turystyczna regionu pomorskiego, na tle innych województw w naszym kraju, nadal cieszy się dużą popularnością wśród Polaków. Po dwóch latach pandemii goście chętniej wybierali ośrodki miejskie i nadmorskie kurorty. Nieco mniejsze obłożenie względem roku 2020 i 2021 odnotowały obiekty w głębi województwa np. na Kaszubach, Kociewiu czy w Borach Tucholskich, tak popularne w okresie pandemii Covid-19.

Stopniowo odbudowują się przyjazdy zagranicznych turystów do regionu pomorskiego. Gdańskie Lotnisko im. Lecha Wałęsy szacuje zamknięcie roku 2022 liczbą około 4,7 mln obsłużonych pasażerów, a dane za pierwsze III kwartały 2022 wyraźnie wskazują na trend wzrostowy, przybliżający nasz region do rekordowych wyników w tym zakresie przed wybuchem pandemii. Turyści zagraniczni wykorzystują również transport kolejowy, przykładem jest bezpośrednie połączenie kolejowe z Czech na Pomorze, jak również stale rozwijaną sieć drogową (A1, S7, S6, S5).

Relatywnie najtrudniej odbudowuje się rynek turystyki biznesowej, firmy chętniej organizują spotkania i konferencje, jednak nadal są to w większości mniejsze wydarzenia, głównie lokalne. Duże kongresy i targi branżowe wracają po dwóch latach przerwy, jednak specyfika organizacji takich wydarzeń sprawia, że na realne wydają się wydarzenia targowe czy konferencyjne, wykorzystujące istniejącą bazę.

Skraca się tzw. okno rezerwacyjne oraz czas pobytu. Podczas sezonu letniego dominują wyjazdy 3-5 dniowe, w pozostałych miesiącach roku turyści najczęściej korzystają z tzw. przedłużonych weekendów, kiedy licznie wypełniają pomorskie miejscowości. Zróżnicowanie oferty lokalnej branży turystycznej sprawia, że goście mogą skorzystać zarówno z kompleksowych pakietów jak i indywidualnie układać swój plan pobytu. Wśród usług uzupełniających, dużą popularnością cieszą się te z obszaru turystyki aktywnej, kulinarnej oraz spa&wellness.

W zakresie turystyki przyjazdowej do Polski i regionu Pomorskiego ważnym czynnikiem będzie sytuacja geopolityczna za wschodnią granicą, zwłaszcza w kontekście podróży z dalszych rejonów Europy czy świata, w mniejszym stopniu będzie ona wpływała na ruch z krajów sąsiadujących, które mają większą świadomość braku realnych zagrożeń w tej części Europy.

Analizując rynek krajowy, rok 2022 pokazał również rosnącą liczbę wyjazdów zagranicznych Polaków, co ma jednoczesne przełożenie na liczbę podróży wewnątrz kraju. Po dwóch latach ograniczonych podróży zagranicznych, touroperatorzy obsłużyli znacznie większą liczbę wyjazdów zorganizowanych, głównie na południe kontynentu.



W 2023 roku dla obu grup turystów krajowych i zagranicznych ważnym czynnikiem będzie sytuacja gospodarcza. Wysoka inflacja, zmiany na rynkach walutowych, a także rosnące koszty surowców mogą dwójako wpłynąć na popyt na usługi turystyczne. Z jednej strony możliwe są spadki w liczbach turystów, zwłaszcza tych mniej zamożnych. Jednocześnie wysokie koszty podróży zagranicznych mogą oznaczać pozostanie Polaków w kraju i szukanie tańszych alternatyw np. w postaci 2-3 krótkich wyjazdów w ciągu roku po Polsce. Dla gości zagranicznych Polska nadal pozostaje relatywnie tanim krajem, w którym usługi turystyczne są świadczone na wysokim poziomie, co może przyciągać gości, zwłaszcza z bliskich kierunków np. Skandynawii.

W 2023 roku PROT zakłada działania obliczone na popularyzację, promocję i sprzedaż ofert skierowanych dla wybranych grup odbiorców, którzy wykazują potencjał do odwiedzenia Polski i regionu Pomorskiego. W przypadku rynku krajowego kluczowa będzie prezentacja całorocznego potencjału, zróżnicowanej oferty w różnych częściach regionu. Bazując na kluczowych wyróżnikach planowane są działania prezentujące mniej popularne miejsca i aktywności, które można łączyć z wypoczynkiem, sportem i rekreacją. Działania prowadzone na rynkach zagranicznych, skupią się na najważniejszych kierunkach z którymi jako region posiadamy bezpośrednie połączenia komunikacyjne lub tych z dużym potencjałem finansowym. W tym zakresie planowana jest bliska współpraca z istniejącymi i nowoutworzonymi Zagranicznymi Ośrodkami POT, przewoźnikami, touroperatorami, serwisami sprzedającymi oferty indywidualne oraz partnerami zagranicznymi projektów europejskich, ukierunkowanych na budowę konkurencyjnej, transgranicznej oferty turystycznej.

Przy podejmowanych aktywnościach planujemy bliską współpracę z organizacjami wchodzącymi w skład Stowarzyszenia. Realizacja szkoleń dla kadr turystycznych, tworzenie nowych pakietów Pomorskiej Karty Turysty, wycieczek tematycznych oraz wdrażanie rozwiązań informatycznych w działalności gospodarczej obiektów turystycznych realizowane będzie przy zaangażowaniu LOT, LGR i LGD oraz Stowarzyszeń branżowych.

Wśród tematów przewodnich, które będą stosowane w komunikacji z klientem, PROT będzie konsekwentnie stawiać na turystykę aktywną, przyrodniczą, kulinarną oraz uzdrowiskową, wpisujących się w trend zdrowego trybu życia i turystyki zrównoważonej. Ważną kotwicą komunikacyjną pozostają wydarzenia i imprezy regionalne oraz walory kulturowe regionu wraz z jego unikatowymi wyróżnikami np. bursztynem.

Zarówno w ujęciu krajowym jak i międzynarodowym, zastosowanie będą miały narzędzia online, współpraca z opiniotwórczymi serwisami internetowymi oraz blogosferą, jednocześnie z myślą o spotkaniach branżowych planowane są prezentacje Trójmiasta i regionu pomorskiego podczas workshopów, dedykowanych prezentacji i spotkań B2B. Planowany jest dalszy rozwój dedykowanych produktów jak karta turysty, usługi marketingu w turystyce, wycieczek jednodniowych i sklepu online. Całość podejmowanych przez PROT działań ma się przyczynić do większej komercjalizacji oferty i wzmocnienia przychodów branży turystycznej województwa pomorskiego.

Stawiając sobie za cel popularyzację nowych ofert i wzrost sprzedaży świadczeń i usług małych i średnich przedsiębiorstw turystycznych z województwa pomorskiego niezbędna jest bliska współpraca i integracja działań na różnych poziomach: lokalnym, krajowym i międzynarodowym. PROT planuje szereg kompleksowych rozwiązań w tym zakresie. Poniżej prezentujemy najważniejsze z nich w odniesieniu do planu finansowego na rok 2023:

#### **Projekty tematyczne:**

##### ✓ **Pomorskie Prestige (poz. 3)**

Kontynuacja działań na rynku krajowym i zagranicznym ukierunkowanych na wzmocnieniu kluczowych marek i wyróżników regionu pomorskiego w oparciu o odpowiednio wyselekcjonowane oferty z zakresu kulinariów, spa&wellness, turystyki medycznej i uzdrowiskowej, aktywnej, kulturowej, konnej oraz slowlife tourism. Popularyzacja ofert z danego obszaru z wykorzystaniem narzędzi online oraz mediów tradycyjnych (blogosfera, magazyny tematyczne). W ramach bezpośrednich działań marketingowych planowane są m.in. dedykowane akcje na rynku Skandynawskim, Czeskim, Brytyjskim oraz Izraelskim przy współpracy z ZOPOT-ami, firmami pośredniczącymi w sprzedaży ofert, przewoźnikami. Lokalnie z organizacjami turystycznymi oraz przedstawicielami branży. W 2023 roku planowane jest zaproszenie kolejnej grupy firm do współpracy przy wspólnych działaniach online, promocji wśród odbiorców indywidualnych i grupowych, realizacji z blogosferą oraz vlogosferą.

##### ✓ **Promocja oferty do odbiorców indywidualnych – konkursy na platformach internetowych „Zaplanuj swoje wakacje marzeń” (poz.3)**

Kontynuacja projektu angażującego wybraną społeczność danego kraju. Bazując na formie konkursu, prezentowane są oferty turystyczne partnerów z opcją wygrania pobytu w regionie pomorskim, zaprojektowanego przez użytkownika. Wzmocniony płatną kampanią online projekt, pozwala dotrzeć do konkretnej grupy zadeklarowanych odbiorców, których już po zakończeniu akcji promocyjnej angażujemy w akcje remarketingowe. Działanie planowane jest z partnerem lokalnym (touroperatorem, serwisem rezerwacyjnym lub przewoźnikiem (Skandynawia, Czechy).

##### ✓ **Pomorskie Tours - kreowanie i realizacja jednodniowych wycieczek tematycznych dla klientów indywidualnych i grupowych (poz. 4)**

Dalszy rozwój dedykowanych programów jednodniowych wycieczek po Trójmieście i regionie pomorskim. Przy współpracy z lokalną branżą turystyczną tworzymy i komercjalizujemy oferty możliwe do zaimplementowania na rynku lokalnym. Proponowane wycieczki wypełniają istniejącą na rynku usług turystycznych lukę oraz pozwalają lokalnej branży (m.in. przewodnikom, przewoźnikom, właścicielom atrakcji i operatorom usług turystycznych) na rozszerzenie grupy klientów. W planach są m.in. oferty specjalne w ramach świąt i wydarzeń cyklicznych (np. Czarne Wesele).



✓ **Pomorska Karta Turysty (poz. 4)**

Kolejny rok funkcjonowania Pomorskiej Karty Turysty, zakłada wzrost sprzedaży istniejących pakietów, Metropolia oraz Metropolia+, rozwój nowych partnerstw oraz tworzenie kolejnego regionalnego pakietu obejmującego nowe obiekty zlokalizowane na terenie całego województwa pomorskiego (pomorski pakiet kultury). Projekt tworzony w ścisłym partnerstwie z Samorządem Woj. Pomorskiego, samorządami lokalnymi, organizacjami i podmiotami turystycznymi oraz właścicielem systemu – Gdańską Organizacją Turystyczną. Dzięki wykorzystaniu wspólnego narzędzia do weryfikacji pakietów oraz aplikacji do ich sprzedaży, użytkownik będzie mógł skorzystać z dowolnej konfiguracji pakietów oferowanych na terenie całego województwa pomorskiego.

✓ **Marketing w turystyce – rozwój narzędzi sprzedaży online ofert noclegowych (poz. 4)**

Wdrożenie pilotażowych rozwiązań dla podmiotów świadczących usługi noclegowe w zakresie lepszej widoczności stron www i profili społecznościowych w wyszukiwarkach internetowych. Dedykowane narzędzia zwiększające zasięgi dotarcia z reklamą online oraz gwarantujące wzrost sprzedaż ofert, także poza wysokim sezonem letnim. W 2023 planowane jest rozszerzenie firm o kolejne branże w tym gastronomię i inne usługi turystyczne. Zadanie podejmowane we współpracy z lokalnymi stowarzyszeniami i organizacjami zrzeszającymi małe firmy i osoby prywatne prowadzące usługi w zakresie turystyki.

✓ **Rozwój asortymentu produktów w ramach sklepu internetowego [www.sklep.prot.gda.pl](http://www.sklep.prot.gda.pl) (poz. 5)**

W roku 2023 planowany jest dalszy rozwój i poszerzenie asortymentu oraz właściwa promocja witryny wśród klientów. Ścisła współpraca z lokalnymi twórcami, wydawcami i przedsiębiorcami pozwala na prezentację unikatowych produktów regionalnych. PROT ułatwia mniejszym firmom sprzedaż ich produktów za pośrednictwem swojego sklepu, a klientom daje możliwość znalezienia unikatowych materiałów produktów kojarzonych z regionem pomorskim.

✓ **Szkolenia dla pracowników branży turystycznej (poz. 3, 5)**

W roku 2023 planowana jest realizacja płatnych i bezpłatnych szkoleń dla pracowników branży turystycznej. W odpowiedzi na zapotrzebowanie rynku, PROT przeprowadzi szkolenia m.in. z zakresu marketingu, jakości obsługi, zastosowania mediów społecznościowych, sprzedaży. Wybrane ze szkoleń dostępne będą odpłatnie zarówno dla członków PROT jak i osób reprezentujących branżę oraz bezpłatnie w ramach projektów dot. działalności punktów IT, czy tworzenia produktu regionalnego.

✓ **Policy Area Tourism Coordinator (poz. 6)**

Koordinacja Obszaru Turystyka Strategii Unii Europejskiej dla Regionu Morza Bałtyckiego w zakresie: Rozwoju turystyki transnarodowej na obszarach oddalonych i wiejskich; Inwestowania w ludzi, umiejętności i technologię w branży turystycznej oraz ochrony i zrównoważonego wykorzystania dziedzictwa kulturowego i zasobów naturalnych w ośrodkach turystycznych. Przy współpracy z partnerem fińskim, planujemy wspierać pozyskiwanie finansowania dla działań przez samorządy, NGO oraz firmy, m.in. poprzez współpracę z Instytucjami Zarządzającymi Programów typu INTERREG, ESF+, HORYZONT; rozwijanie współpracy pomiędzy interesariuszami oraz identyfikowanie możliwości współpracy międzynarodowej. Wśród powierzonych zadań



planuje się m.in. organizację Baltic Sea Tourism Forum – konferencji dla środowiska turystycznego z krajów bałtyckich.

✓ **Realizacja Projektu BASCIL - Innovative Solutions for the Rural Food Production Sector to Diversify into Sustainable Culinary Tourism Services w ramach programu Interreg Baltic Sea Region (2023-2025) (poz. 7)**

Przez najbliższe 3 lata PROT wraz z 14 organizacjami z krajów bałtyckich realizować będzie projekt dotyczący innowacyjnych rozwiązań dla sektora produkcji żywności na obszarach wiejskich w celu dywersyfikacji w kierunku zrównoważonych usług turystyki kulinarnej. Wśród zadań w projekcie przewiduje się m.in. szkolenia dla lokalnych przedsiębiorców i producentów, wymianę doświadczeń, współpracę pomiędzy interesariuszami w ramach łańcucha „od pola do stołu” oraz wspólne projekty promocyjne przy wykorzystaniu narzędzi online. Projekt ma przyczynić się do popularyzacji wysokojakościowych produktów lokalnych oraz rozwoju zrównoważonej turystyki kulinarnej w krajach bałtyckich.

✓ **Realizacja Projektu TransBaltic Bicycle Tourism Route (poz. 8)**

Kontynuacja współpracy w projekcie finansowanym przez Instytut Szwedzki. Wspólnie z podmiotami ze Szwecji, Finlandii i Estonii przygotowujemy kompleksowe rozwiązania dla przyszłych projektów poświęconych tworzeniu optymalnych połączeń komunikacyjnych z wykorzystaniem przewoźników promowych w turystyce rowerowej, ze szczególnym uwzględnieniem korytarza trasy Eurovelo10.

✓ **Przygotowanie kolejnych wniosków finansowanych ze środków EU**

Wraz z otwarciem kolejnych konkursów dla projektów europejskich planujemy partycypację w nowych działaniach w zakresie turystyki. Zakłada się spotkania online i tradycyjne celem zawiązywania partnerstw i szukania obszarów do współpracy przy nowych projektach transgranicznych. Wśród planowanych wniosków jako lider przedsięwzięcia aplikować będziemy m.in. z wnioskiem: Baltic Biking UPGRADE dedykowanym małym i średnim przedsiębiorcom turystycznym działającym w przebiegu trasy bałtyckiej Eurovelo10; w roli partnera w projekcie NB Well – związanym z turystyką spa&wellness oraz zrównoważonymi formami wypoczynku na terenach zielonych. W miarę dostępności planowane są inne aktywności PROT w projektach Interreg oraz Erasmus+.

✓ **Wykorzystanie tzw. kotwic medialnych**

W związku z 550 rocznicą urodzin Mikołaja Kopernika, uchwałą Senatu RP z dn. z 16.11.2022r., rok 2023 został zatwierdzony rokiem Mikołaja Kopernika. Region pomorski dołączył do działań województwa kujawsko – pomorskiego i warmińsko-mazurskiego promujących dziedzictwo astronoma. Oznakowywany zostanie Szlak Kopernikowski wiodący przez miejscowości Gniew, Sztum, Malbork i Gdańsk. Wraz z regionalnymi organizacjami turystycznymi przygotowujemy jest program promocji szlaku (grant MSiT), a także opracowywany jest program wydarzeń w roku 2023.

### Inne dedykowane zadania:

- ✓ koordynacja systemu sieci infomatów – multimedialnych urządzeń w przestrzeni publicznej we współpracy z DT UMWP, służących do bieżącego kreowania bezpłatnej i komercyjnej informacji turystycznej,
- ✓ współtworzenie treści na **portalu pomorskie.travel z DT UMWP**, jak i zarządzanie mediami społecznościowymi (Facebook, Instagram, Youtube) oraz realizacja kampanii za pośrednictwem narzędzi promocyjnych tych kanałów,
- ✓ dedykowane kampanie kierujące ruch online na strony internetowe [www.pomorskie.travel](http://www.pomorskie.travel), [www.pomorskie-prestige.eu](http://www.pomorskie-prestige.eu) oraz witryny turystyczne członków PROT,
- ✓ tworzenie **materiałów audiowizualnych i produkcji filmowych** w oparciu o obiekty i atrakcje regionu,
- ✓ realizacja działań z obszaru PR i Publicity zmierzające do komunikowania rzetelnych informacji dot. m.in. cen, dostępności oraz bezpieczeństwa w czasie wysokiego sezonu turystycznego,
- ✓ współpraca z mediami w zakresie niekomercyjnego wykorzystania czasu antenowego w zasięgowych stacjach telewizyjnych, jak i wkomponowanie oferty regionu pomorskiego w treści redakcyjne,
- ✓ współpraca z blogosferą będącą aktualnie opiniotwórczym i wpływowym narzędziem komunikacji, współorganizacja Mistrzostw Vlogerów i współpraca z POT przy projekcie „Weekend za pół ceny”,
- ✓ konkursy dla członków PROT wspierające działania wydawnicze i marketingowe na rynku krajowym,
- ✓ wsparcie marketingowe certyfikowanych produktów turystycznych – laureaci konkursu **Certyfikat POT** (etap regionalny i krajowy),
- ✓ prezentacja oferty partnerów PROT w Pomorskim Centrum Informacji Turystycznej oraz podczas wydarzeń specjalnych,
- ✓ aktywna współpraca z DT UMWP w zakresie promocji ofert turystyki aktywnej (przedsięwzięcia strategiczne) w tym turystyki rowerowej, kajakowej i żeglarskiej oraz konnej.

### Promocja krajowa i zagraniczna (poz. 3)

W przypadku rynków zagranicznych PROT planuje zintegrowane działania komunikacyjne oraz dedykowane akcje marketingowe realizowane we współpracy z ZOPOTami, przewoźnikami oraz partnerami biznesowymi na rynkach, z którymi region pomorski posiada bezpośrednie połączenia transportowe, głównie lotnicze i promowe.

**Rynki priorytetowe:** Skandynawia (Szwecja, Norwegia), Czechy

**Rynki uzupełniające:** Niemcy, Wielka Brytania, Dania, Holandia, Belgia, Izrael

Strategia komunikacji zakłada zarówno działania wizerunkowe przypominające Polskę i region pomorski, jako potencjalny kierunek podróży oraz informację produktową prezentującą wybór dominujących tematów w oparciu o preferencje konsumentów oraz trendy rynkowe i wskazania partnerów (turystyka aktywna, miejska i kulturowa, kulinarna, spa&wellness, uzdrowskowa, slow life, produkty regionalne, przyroda, zakupy).



Przykładowe narzędzia: online marketing, platformy sprzedażowe, influence marketing, współpraca z mediami, narzędzia partnerów.

Partnerzy Strategiczni: Zagraniczne Ośrodki POT, przewoźnicy lotniczy i promowi, serwisy sprzedażowe ofert turystycznych, itp.

Główne działania związane będą z organizacją wizyt studyjnych dziennikarzy i firm turystycznych. Planowany jest udział w wybranych workshopach i spotkaniach branżowych w krajach z rynków priorytetowych i w miarę dostępności również wybranych rynkach uzupełniających. W ramach współpracy z pomorską branżą turystyczną oraz firmami zajmującymi się organizacją turystyki przyjazdowej do Polski PROT planuje skupić się głównie na prezentacji ofert kierowanych do klientów indywidualnych lub małych grup. Kluczowe będą propozycje z zakresu turystyki uzdrowiskowej, aktywnej czy gastronomicznej, mające szansę stać się wyróżnikami regionu. Wszystkie działania podejmowane na rzecz branży będą łączone bezpośrednio z możliwością prezentacji i sprzedaży ofert partnerów tak, aby maksymalnie oddziaływać na wzrost wyników finansowych przedsiębiorców.

Na rynku krajowym główny obszar aktywności to działania online, w oparciu o remarketing i kierunkową reklamę wśród gości indywidualnych stanowiących grupę docelową, dobraną do tematyki i wątków prezentowanych w danym okresie czasu. Komunikacja będzie skierowana do mieszkańców woj. Mazowieckiego, Kujawsko-Pomorskiego, Warmińsko-Mazurskiego i Pomorskiego oraz innych dużych miast (Poznań, Katowice, Kraków). Oprócz zasobów własnych wykorzystane zostaną serwisy lifestylowe i parentingowe.

### **Informacja turystyczna (poz.5)**

Powrót podróży turystycznych wpływa również na zwiększony ruch w centrach informacji turystycznej. PROT administruje pracami Pomorskiego Centrum Informacji Turystycznej zlokalizowanego w budynku Bramy Wyżynnej oraz współfinansuje działalność punktu IT na Lotnisku im. Lecha Wałęsy w Gdańsku. Dzięki przeprowadzonej w 2021 roku przebudowie PCIT powstało dodatkowe miejsce do ekspozycji i sprzedaży produktów i usług, które będzie wykorzystywane w bieżącej pracy Informacji Turystycznej, do których należy m.in.:

- ✓ zarządzanie Pomorskim Centrum Informacji Turystycznej – zarządzanie zabytkowym obiektem, jak i strefą obsługi turysty i sklepem,
- ✓ rozwój dodatkowych form działania PCIT: koordynacja sklepu online, obsługa karty turysty, sprzedaż wycieczek Pomorskie Tours oraz produktów własnych i partnerów,
- ✓ współtworzenie portalu pomorskie.travel - ścisła współpraca z Departamentem Turystyki UMWP w zakresie rozbudowy i aktualizacji treści, tłumaczenia kalendarza wydarzeń, itp.
- ✓ zarządzanie siecią infomatów zlokalizowanych na terenie całego województwa we współpracy z DT UMWP.



### Działania systemowe

- ✓ inwestycja w kadry – organizacja szkoleń na pracowników IT (poz. 5),
- ✓ certyfikacja Punktów Informacji Turystycznej prowadzona zgodnie z kryteriami Polskiej Organizacji Turystycznej ustalonymi przy współpracy z ROT oraz Forum IT; przystąpienie do certyfikacji PCIT,
- ✓ współfinansowanie regionalnego punktu informacji turystycznej zlokalizowanego w gdańskim porcie lotniczym w Gdańsku Rębiechowie (poz. 9),
- ✓ współpraca z POT – rozwój systemu IT - integracja danych z polska.travel, działania w ramach Forum Informacji Turystycznej,
- ✓ współpraca w ramach strategii Pomorskie 2030 z DT UMWP.

### Bezpośrednie wsparcie działalności członków PROT – 78 członków stowarzyszenia (stan na 31 grudnia 2022)

Beneficjentami działań podejmowanych przez PROT jest branża i środowisko turystyczne całego regionu pomorskiego. Działalność stowarzyszenia przekłada się nie tylko na wizerunek regionu, ale również przynosi korzyści ekonomiczne podmiotom świadczącym usługi komercyjne. Jednakże przynależność do stowarzyszenia wiąże się z dodatkowymi przywilejami. Nie tylko daje realny wpływ na kształtowanie polityki promocyjnej regionu czy wzmacnia strukturę zarządzania turystyką, ale i gwarantuje pakiet dodatkowych profitów, między innymi:

- ✓ aplikowanie o środki w ramach konkursu dla członków PROT (działania marketingowe i wydawnicze (poz. 1),
- ✓ udział w wydarzeniach branżowych (Pomorskie Forum Turystyczne, Światowy Dzień Turystyki) (poz. 2),
- ✓ możliwość współpracy przy projektach lokalnych i międzynarodowych (poz. 4, 5, 6, 7, 8),
- ✓ Centrum Wsparcia: indywidualne konsultacje projektów, wsparcie koncepcyjne realizowanych lokalnie projektów,
- ✓ dostęp do analiz prawnych, rachunkowych, bezpieczeństwa informacji (RODO),
- ✓ transfer wiedzy i know – how - udział w workshopach/szkoleniach/warsztatach z udziałem polskich i zagranicznych ekspertów,
- ✓ dostęp do baz danych, analiz i kontaktów branżowych (w tym media, touroperatorzy, itp.),
- ✓ doradztwo w zakresie współpracy międzynarodowej i realizacji założeń Strategii Morza Bałtyckiego (poz. 6),
- ✓ dostęp do narzędzi i kanałów komunikacji PROT,
- ✓ możliwość indywidualnego wykorzystania materiałów PROT (prasowe/video/audio).
- ✓ współpraca z partnerami w zakresie organizacji spotkań i konferencji odbywających się w regionie.