



## Merytoryczny plan działań PROT na rok 2024

### Główne założenia, aktualna sytuacja rynkowa, wyzwania, cele

Rok 2024 stawia przed Pomorską Regionalną Organizacją Turystyczną kolejne wyzwania i szanse związane z realizacją projektów ukierunkowanych na rozwój i promocję oferty turystycznej regionu Pomorskiego. To również moment, w którym planujemy zintensyfikować współpracę w strukturze członkowskiej stowarzyszenia, z myślą o efektywniejszej kooperacji, rozwoju PROT jak i skupionych wokół niej partnerów. Bieżące, szacunkowe dane dotyczące m.in. wykorzystania obiektów i atrakcji turystycznych oraz liczby gości odwiedzających woj. pomorskie pokazują, że w skali kraju nasz region pozostaje jednym z czterech najpopularniejszych w Polsce. Jednocześnie rekordowy rok w zakresie turystyki wyjazdowej odnotowały największe biura podróży, co sprawia, że zwłaszcza w okresie letnim, liczba Polaków wypoczywających m.in. w pasie nadmorskim była niższa niż w analogicznym okresie wakacji 2022. Zaistniała sytuacja będzie kolejnym wyzwaniem by w rezultacie podjętych działań bardziej udostępnić ofertę na lato. Turystyczne podróże zagraniczne notują wzrosty na całym świecie, w 2023 roku gdańskie Lotnisko im. Lecha Wałęsy obsłużyło rekordową liczbę pasażerów – przeszło 5,9 mln, wśród nich m.in. gości ze Skandynawii, Wielkiej Brytanii i Niemiec. W wysokim sezonie letnim Polska, a w szczególności Pomorze stało się popularnym kierunkiem podróży dla Czechów, którzy stanowią nową grupę klientów. Systematycznie rośnie również udział turystyki biznesowej, a zapowiedzi kolejnych bezpośrednich połączeń komunikacyjnych otwierają nasz region na nowe kierunki w Europie.

W obszarze turystyki krajowej, głównym wyzwaniem dla PROT pozostaje rozwój i promocja oferty całorocznej, jednak wraz z rosnącą konkurencją wyjazdów zagranicznych oraz innych regionów w Polsce, podejmowane będą aktywności wspierające również pobyty w wysokim sezonie turystycznym. Kluczowa pozostaje wysokojakościowa oferta, która w dłuższej perspektywie powinna przyciągać do regionu gości oczekujących przygotowania i realizacji dedykowanej, atrakcyjnej i wyróżniającej się oferty, zgodnej z obecnymi trendami. W ujęciu międzynarodowym priorytetem będą projekty skierowane do odbiorców indywidualnych ze Skandynawii (głównie Szwecji i Finlandii), Czech oraz Niemiec. Działania zostaną oparte o wstępne analizy i badania rynków.

W komunikacji marketingowej PROT bazować będzie na potencjale turystyki miejskiej, aktywnej, kulturowej oraz kulinarnej. Wraz z rozwojem ofert wpisujących się w trend zdrowego trybu życia i turystyki zrównoważonej, planowane są systemowe działania odpowiadające celom zielonej turystyki regeneratywnej. Ważną kotwicą komunikacyjną pozostają wydarzenia krajowe, również związane z rocznicami np. 85-lecie wybuchu II Wojny Światowej oraz imprezy regionalne bazujące na lokalnych wyróżnikach czy rocznicach np. 100-lecie Muzeum Pomorza Środkowego w Słupsku.

Wśród celów dla Stowarzyszenia priorytetem będą:

- kreowanie strategii rozwoju PROT, opartej na różnorodnych interesariuszach organizacji;



- zwiększanie udziału w budżecie PROT własnych usług komercyjnych (Pomorskie Tours, Karta Turysty, sklep stacjonarny i internetowy);
- angażowanie się w realizację i upowszechnianie rezultatów projektów międzynarodowych;
- rozwój w oparciu o potrzeby partnerów, analizę danych i przyszłych obszarów aktywności organizacji;
- realizacja projektów we współpracy z branżą turystyczną (np. szkolenia, akcje promocyjne, monitoring działań i wsparcie);
- rozwój struktury organizacyjnej i kompetencji pracowników biura PROT, odpowiedzialnego za prowadzenie działań operacyjnych.

Stawiając sobie za cel popularyzację nowych ofert oraz wzrost sprzedaży świadczeń i usług małych i średnich przedsiębiorstw turystycznych z województwa pomorskiego, niezbędna będzie 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 2024:

## 1. Promocja Krajowa i Zagraniczna

### Polska

Działania ukierunkowane na odbiorców indywidualnych z naciskiem na ofertę całoroczną, współtworzone z członkami i partnerami PROT w oparciu o narzędzia online i akcje specjalne. Grupy docelowe: mieszkańcy woj. Mazowieckiego, Kujawsko-Pomorskiego, Warmińsko-Mazurskiego, Łódzkiego i Pomorskiego. Tematy przewodnie: turystyka rodzinna, kulturowa, aktywna, prozdrowotna wydarzenia tematyczne. Projekty uzupełnione będą o dostępne rozwiązania np. Karta Turysty, Pomorskie Tours.

### Zagranica

Rynki priorytetowe: Skandynawia (Szwecja, Finlandia), Czechy, Niemcy  
Rynki uzupełniające: Wielka Brytania, Norwegia, Dania, Holandia, Belgia

Cel: Budowa atrakcyjnego wizerunku regionu pomorskiego, popularyzacja nowych bezpośrednich połączeń, dotarcie do nowych grup odbiorców, wzrost sprzedaży usług wśród pomorskich przedsiębiorców turystycznych.

Strategia komunikacji - działania wizerunkowe uzupełnione o ofertę produktową. Kluczowe obszary tematyczne (turystyka: miejska, kulinarna, spa&wellness, uzdrowskowa, aktywna, slow life, przyroda, zakupy).

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

Partnerzy Strategiczni: Zagraniczne Ośrodki POT, przewoźnicy lotniczy, promowi i kolejni, serwisy sprzedażowe ofert turystycznych, DMO z regionu Morza Bałtyckiego.



Główne działania: organizacja wizyt studyjnych mediów i firm turystycznych, workshopy branżowe, akcje promocyjne z udziałem przewoźników. Kampanie, konkursy online w oparciu o dedykowane strony internetowe np. [www.pobytu Baltu.cz](http://www.pobytu Baltu.cz), współudział w kampaniach Polskiej Organizacji Turystycznej.

## **Pomorskie Prestige – marka budująca wizerunek regionu**

Rok 2024 to aktualizacja strategii projektu Pomorskie Prestige, jego celów marketingowych i biznesowych. W oparciu o analizę 10 lat współpracy z partnerami branżowymi oraz komunikacji z klientem docelowym, planowane są działania będące odpowiedzią na potrzeb obu stron. Jednocześnie z myślą o wyjątkowej ofercie regionu, bazującej na autentyczności, wysokiej jakości oraz unikatowości, działania PROT skupią się również na budowaniu marki regionu pomorskiego w kraju i zagranicą. Celem na ten rok będzie poszerzenie grona partnerów projektu poza kulinariami, o nowe obszary tematyczne, będące pomorskimi wyróżnikami. Komunikacja z odbiorcami realizowana będzie poprzez narzędzia online i offline, a jej głównym motywem mają być unikalne doświadczenia oraz ludzie, którzy je tworzą. Partnerzy projektu będą mogli skorzystać m.in. z dedykowanych szkoleń tematycznych.

## **2. Projekty dedykowane**

Działania podejmowane w tym obszarze skupiają się na komercjalizacji produktów turystycznych tworzonych przez PROT w celu uzupełniania istniejącej oferty turystycznej. Są one szansą na wypromowanie i wsparcie mniej znanych atrakcji i usług, a dla samego Stowarzyszenia stanowią realne uzupełnienie budżetu organizacji. Planowane na 2024 rok przychody w tym zakresie szacuje się na około 250 tys. złotych. Wśród przykładowych projektów można wyróżnić:

### **Pomorskie Tours - jednodniowe wycieczki tematyczne h dla klientów indywidualnych i grupowych**

Dalszy rozwój jednodniowych wycieczek po Trójmieście i regionie pomorskim. Głównym celem jest wprowadzanie na rynek nowych ofert tematycznych: np. kulinarnych oraz zwiększenie liczby warsztatów np. bursztynniczych. Przy współpracy z partnerami PROT planowane jest tworzenie programów obejmujących kolejne subregiony województwa pomorskiego. Główny cel na najbliższe 12 miesięcy to zwiększanie udziału w wycieczkach klientów indywidualnych, równoległe w większym stopniu rozwijany będzie obszar zamówień grupowych. Pomorskie Tours będzie również testować wybrane oferty tematyczne tworzone w projektach europejskich np. w oparciu o produkt regionalny. Główną witryną sprzedażową pozostaje [www.pomorskietours.pl](http://www.pomorskietours.pl) oraz Pomorskie Centrum Informacji Turystycznej. Oprócz nakładów na promocję planowane są m.in. inwestycje w sprzęt audio dla turystów.

### **Pomorska Karta Turysty**

Kontynuacja prac nad ofertą metropolitarną i regionalną. W oparciu o analizę minionego sezonu planowane są zmiany w strukturze pakietów w celu zwiększenia sprzedaży. Oprócz istniejących propozycji pojawią się nowe, pilotażowe wdrożenia lokalne. Przy współpracy z Samorządem Województwa Pomorskiego planowane jest testowe uruchomienie karty wojewódzkiej.

### **Turystyka Regionu**

Przy współpracy z operatorem aplikacji Yanosik.pl oraz pomorskimi obiektami muzealnymi, jako pierwszy region w kraju, tworzymy oznakowanie dla kierowców korzystających z aplikacji, poruszając się po lokalnych



drogach. Celem projektu jest popularyzacja atrakcji turystycznych wśród kierowców oraz uzupełnienie istniejącego oznakowania drogowego (E-22) informacją wirtualną. Yanosik to średnio 2 miliony unikalnych użytkowników miesięcznie, a projekt PROT zakłada prezentację na mapie około 60 obiektów w całym województwie.

### **3. Pomorskie Centrum Informacji Turystycznej**

Zespół Pomorskiego Centrum Informacji Turystycznej realizuje zadania z obszaru bezpośredniej obsługi turystów, sprzedaży towarów, usług w sklepie stacjonarnym i internetowym oraz akcji promocyjnych powiązanych z historyczną przestrzenią Bramy Wyżynnej. Pracownicy współtworzą treści w serwisach informacyjnych jak również zarządzają siecią infomatów, zlokalizowanych na terenie całego województwa. Zadania Centrum współfinansowane są przez Gdańską Organizację Turystyczną.

### **Projekty współfinansowane ze środków EU**

#### **4. Policy Area Tourism Coordinator (PAC Tourism)**

Kolejny rok realizacji projektu to kontynuacja podjętych inicjatyw na arenie europejskiej. Przy współpracy z partnerem fińskim, m.in. realizujemy wsparcie w zakresie informacji o podejmowanych projektach oraz ich efektach w ramach Agendy Strategii Unii Europejskiej dla Regionu Morza Bałtyckiego. Dla członków PROT konsultujemy m.in. możliwości tworzenia partnerstw oraz wskazujemy opcje finansowania działań z programów europejskich. W czerwcu w Regionie Oulu (Finlandia), PROT współorganizuje Bałtyckie Forum Turystyczne – konferencję skierowaną do środowiska turystycznego z krajów bałtyckich.

#### **5. BASCIL - Innovative Solutions for the Rural Food Production Sector to Diversify into Sustainable Culinary Tourism Services**

W drugim roku trwania projektu wyselekcjonowani producenci żywności przy wsparciu PROT rozpoczną pilotażowe wdrażanie usług turystycznych, bazujących na lokalnym produkcie. PROT zapewnia im wsparcie edukacyjne, pomaga w ich testowaniu oraz współtworzy strategię marketingowe. Część efektów będzie wkomponowywana w istniejące w PROT narzędzia do komercjalizacji np. Wycieczki Pomorskie Tours czy sklep internetowy. Projekt ma przyczynić się do popularyzacji wysokojakościowych produktów lokalnych oraz rozwoju zrównoważonej turystyki kulinarnej w krajach bałtyckich.

#### **6. Bike across the Baltic – Improving bicycle tourism around the Baltic Sea (BAB)**

Projekt BAB wypracowuje możliwe formy współpracy transbałtyckiej między regionami oraz podmiotami zainteresowanymi transportem i turystyką poprzez wzmocnienie zdolności organizacyjnych władz publicznych do rozwijania i ulepszania trasy rowerowej EV10. W 2024 roku przeprowadzony zostanie Benchmarking turystyki rowerowej i inicjatyw transportu intermodalnego oraz ocena stanu rozwoju pomorskiego odcinka trasy. W dalszym etapie powstaną również rekomendacje dla poprawy komunikacji z mieszkańcami i turystami w zakresie obsługi ruchu rowerowego.



## 7. Baltic Biking UPGRADE (BBU)

Projekt w którym PROT pełni rolę lidera zajmuje się kilkoma istotnymi wyzwaniami stojącymi przed MŚP zlokalizowanymi w obszarze południowego Bałtyku w bliskim sąsiedztwie trasy EV10: brakiem wiedzy, słabo rozwiniętymi standardami, rozwojem usług i ofert przyjaznych dla rowerzystów, a także brakiem solidnej sieci biznesowej z udziałem międzynarodowych interesariuszy. Głównym celem projektu jest pomoc MŚP w tworzeniu atrakcyjnych ofert i skutecznym docieraniu do klientów lokalnych i rynków zagranicznych. W tym celu zorganizowanych zostanie kilka rodzajów działań, m.in. ankietowanie interesariuszy i dedykowane szkolenie w zakresie tworzenia nowych ofert skierowanych do międzynarodowej publiczności. Powstaną również wytyczne dotyczące budowania oferty usług turystyki rowerowej przez MŚP, pracownicy PROT i departamentu Turystyki UMWP przejdą również szkolenia oraz certyfikację w zakresie inspekcji tras w standardzie EuroVelo.

## 8. Środki dla członków PROT na wsparcie działań organizacji

W pierwszym kwartale 2024, planowane są konsultacje wśród członków PROT zasad dystrybucji środków przeznaczonych dotychczas na wsparcie ich działań wydawniczych i marketingowych. Chcąc jak najlepiej odpowiedzieć na potrzeby Członków, wspólnie wypracowane zostanie formuła zasad konkursu, który ogłoszony zostanie w II kwartale, a jego laureaci będą mogli dystrybuować pozyskane środki w kolejnych miesiącach. Zaproponowane rozwiązania mają wspierać lokalne inicjatywy oraz wybranych Członków PROT w codziennej działalności.

## 9. Wydarzenia branżowe z udziałem członków PROT

Główne, zaplanowane wydarzenia to obchody Światowego Dnia Turystyki, które są okazją do debaty nad bieżącą sytuacją gospodarki turystycznej oraz wyróżnienia liderów tego sektora w regionie pomorskim. W planach PROT nie zabraknie również dorocznego Forum Turystycznego, które łączy w sobie aspekt edukacyjny z integracją środowiska członków PROT oraz walorem poznawczym wybranych subregionów województwa pomorskiego. Z myślą o networkingu członków oraz możliwości jego zintensyfikowania dla wybranych obszarów, planowane są spotkania w węższym gronie – konsultacje dedykowane konkretnej grupie podmiotów skupionych wokół PROT. W porozumieniu z uczestnikami spotkań przewiduje się również wątki szkoleniowe, odpowiadające na aktualne potrzeby partnerów PROT.

## 10. Punkt IT – Lotnisko im. Lecha Wałęsy

PROT kontynuuje współpracę z Gdańską Organizacją Turystyczną w zakresie wspierania merytorycznego i finansowego punktu informacji turystycznej zlokalizowanego na gdańskim lotnisku. Nasze Stowarzyszenie jak i jego członkowie mogą korzystać z przestrzeni ekspozycyjnej, która w obecnej lokalizacji pełni rolę pierwszego kontaktu dla pasażerów lądujących w Trójmieście.

## Podsumowanie

Przedstawione projekty zakładają zaangażowanie w ich realizację zarówno pracowników biura PROT jak i członków stowarzyszenia, budując w ten sposób lepszą komunikację instytucjonalną, zwiększając zasięg oddziaływania, jak również pozwalając na oszczędność w wydawaniu środków finansowych. Szerokie spektrum



aktywności sprawia, że wypełniane są cele strategii województwa w obszarze turystyki, lokalna branża ma możliwości pozyskiwania wiedzy w zakresie tworzenia, promocji i komercjalizacji usług turystycznych.

Działalność stowarzyszenia przekłada się nie tylko na wizerunek regionu, ale również przynosi korzyści ekonomiczne podmiotom świadczącym usługi komercyjne. Z myślą o dalszym rozwoju podejmowane będą nowe obszary tematyczne np. związane z rozwojem zielonej turystyki niskoemisyjnej. W oparciu o dostępne dane, jak również tworząc założenia do systematycznego ich pozyskiwania, planowane jest zasilanie organizacji i jej członków w nowe informacje oraz niezbędne do racjonalnego planowania aktywności na różnych polach.

PROT działając szeroko w obszarze turystyki, jej rozwoju i promocji, sukcesywnie zacieśnia współpracę z branżą, poznając jej potrzeby i skierowując interwencję do konkretnych grup odbiorców. Celem i jednocześnie wyzwaniem stojącym przed organizacją jest stworzenie ekosystemu partnerskiego ze wszystkimi zainteresowanymi interesariuszami i obopólna, przynosząca wymierne korzyści współpraca. Aspiracją PROT na nadchodzące lata jest takie kształtowanie organizacji, aby była ona źródłem wiedzy i inspiracji dla jej członków i partnerów. Kluczem do sukcesu będzie zapewne ścisła współpraca w ramach samej organizacji, jak i z partnerami zewnętrznymi.