

## Merytoryczny plan działań PROT na rok 2025

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

Rok 2025 stawia przed Pomorską Regionalną Organizacją Turystyczną (PROT) nowe wyzwania i szanse w zakresie rozwoju i promocji turystyki w regionie pomorskim. Niniejszy plan działań stanowi odpowiedź na dynamicznie zmieniające się trendy w branży turystycznej, potrzeby turystów oraz oczekiwania Członków i partnerów PROT, a także dostępne narzędzia marketingowe. Aktualne dane statystyczne wskazują, że pomorska oferta turystyczna konkuruje na co dzień nie tylko z innymi regionami naszego kraju ale również z regionami państw basenu Morza Bałtyckiego. W minionym roku Polacy wykupili rekordową liczbę zorganizowanych wyjazdów zagranicznych, co wpływa bezpośrednio na długość i charakter ich wypoczynku w naszym kraju podczas pozostałych dni urlopu. Pobyty oscylujące średnio w granicach 3-4 dni, nie zawsze odbywają się w szczycie letnich wakacji i rozkładają się zwyczajowo na kilka krótszych wyjazdów, jakie nasi rodacy organizują w ciągu roku. Turystyka przyjazdowa z zagranicy, sukcesywnie odbudowuje się względem poprzednich lat, jednak i tu zachodzą zmiany w strukturze gości i ich potrzeb. Dzięki nowym bezpośrednim połączeniom lotniczym, drogowym i kolejowym obserwujemy wzrosty przyjazdów z takich kierunków jak Czechy i Niemcy oraz stabilnie, choć nieco wolniej, z krajów nordyckich. Dynamiczne zmiany klimatu sprawiają, że także mieszkańcy południa Europy coraz częściej rozważają swój przyjazd do Polski i regionu Pomorskiego. W wielu badaniach Europejczycy, zwłaszcza młodsze pokolenie, wybierają oferty w mniejszym stopniu ingerujące czy wręcz pozytywnie wpływające na rozwój miejsca ich docelowego wypoczynku, w ujęciu środowiskowym, gospodarczym czy społecznym. Niezależnie od kraju pochodzenia, zdecydowana większość stawia na turystykę doświadczeń, od której oczekuje się poczucia relaksu i regeneracji, ale również edukacji i możliwości poznawania lokalnej kultury, tradycji i społeczności.

Mając na uwadze powyższe uwarunkowania, główne aktywności PROT w zakresie komunikacji z potencjalnymi odbiorcami będą bazować na m.in.:

- prezentacji potencjału regionu i możliwości jego doświadczenia przez turystów preferujących turystykę aktywną, kulinarną, miejską, kulturową, przyrodniczą i regeneratywną
- wskazywaniu całorocznego potencjału zarówno aglomeracji trójmiejskiej, jak i poszczególnych subregionów, aby w sposób zrównoważony rozwijać ruch turystyczny w całym województwie
- w ujęciu krajowym, podkreślaniu pozytywów i walorów wypoczynku w Polsce i regionie pomorskim, co w konsekwencji ma przełamywać negatywne opinie w tym zakresie
- w ujęciu międzynarodowym, podkreślaniu atutów Polski i regionu pomorskiego takich jak: dostępność komunikacyjna, szeroki wachlarz wysokojakościowych usług, nowoczesną infrastrukturę, atrakcyjne ceny, umiarkowany klimat i bezpieczeństwo
- tworzeniu akcji marketingowych, dedykowanych wybranym grupom docelowym, z zastosowaniem nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych.

Skupiając się na rozwoju organizacji, jej członków, tworzeniu partnerstw instytucjonalnych, jak również angażując się w szereg projektów współpracy międzynarodowej, priorytetem dla PROT będzie:

- angażowanie członków PROT w realizację aktywności podejmowanych w ramach projektów europejskich oraz upowszechnianie i implementowanie ich rezultatów w codziennej działalności
- budowanie pozycji województwa pomorskiego i PROT jako lidera odpowiedzialnej turystyki na rynku krajowym i międzynarodowym
- kreowanie strategii rozwoju PROT, opartej na potrzebach różnorodnych interesariuszy organizacji
- zwiększanie udziału w budżecie PROT własnych usług komercyjnych
- w oparciu o analizę danych, dostosowanie działalności organizacji do zmieniających się potrzeb partnerów i trendów rynkowych
- wsparcie członków w zakresie zdobywania wiedzy (szkolenia), dostępu do danych (badania) oraz ich właściwego zastosowania w bieżącej działalności
- rozwój relacji w strukturze członkowskiej, zapewniający dwukierunkowy przepływ informacji i współpracy na każdym polu.

W celu osiągnięcia zamierzonych rezultatów, niezbędna będzie bliska współpraca i integracja działań na różnych poziomach: lokalnym, krajowym i międzynarodowym. PROT planuje w tym zakresie, szereg działań, angażujących interesariuszy na różnym etapie i ich realizację.

## 1. Promocja Krajowa i Zagraniczna

### Polska

Kampanie online i offline skierowane głównie do mieszkańców województw: mazowieckiego, kujawsko-pomorskiego, warmińsko-mazurskiego, łódzkiego, śląskiego i pomorskiego. *Promocja turystyki aktywnej, kulinarnej, kulturowej oraz wydarzeń tematycznych.* Wykorzystanie narzędzi takich jak Karta Turysty i Pomorskie Tours. Współpraca z liderami opinii, mediami oraz firmami z innych branż, zainteresowanych pozycjonowaniem swoich produktów na tle regionu pomorskiego.

Cel: podkreślenie silnej, rozpoznawalnej marki regionu pomorskiego, opartej na całorocznej ofercie regionu, skupionej na turystyce wypoczynkowej, aktywnej (rowerowej, kajakowej, konnej), kulturowej, kulinarnej i prozdrowotnej (uzdrowskiej i spoa&wellness) oraz wydarzeniach tematycznych. Przyciągnięcie turystów krajowych i generowanie wzrostu przychodów w branży turystycznej.

Przykładowe narzędzia: online marketing, dedykowane strony [www.pomorskie.travel](http://www.pomorskie.travel), [www.pomorskieprestige.eu](http://www.pomorskieprestige.eu), influence marketing, współpraca z mediami, liderami opinii

### Zagranica

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

Rynki uzupełniające: Wielka Brytania, Norwegia, Dania, Holandia, Belgia, Włochy, Hiszpania



Cel: budowanie silnej, rozpoznawalnej marki regionu pomorskiego, popularyzacja nowych, dogodnych połączeń komunikacyjnych, przyciągnięcie nowych turystów i generowanie wzrostu przychodów w branży turystycznej.

Strategia komunikacji - działania wizerunkowe wzmocnione ofertą produktową. Kluczowe obszary tematyczne (turystyka: miejska, kulinarna, spa&wellness, regeneratywna, uzdrowskowa, aktywna, slow life).

Przykładowe narzędzia: online marketing, dedykowane strony www, influence marketing, współpraca z mediami, kanały informacyjne partnerów, wydarzenia promocyjne na wybranych rynkach np. festiwal rowerowy w Berlinie.

Partnerzy Strategiczni: Zagraniczne Ośrodki POT, przewoźnicy lotniczy, promowi i kolejowi, serwisy sprzedażowe ofert turystycznych, aplikacje np. Komoot, 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.visitpomorskie.se](http://www.visitpomorskie.se) [www.pobytubaltu.cz](http://www.pobytubaltu.cz), współudział w kampaniach Polskiej Organizacji Turystycznej. Wsparcie nowych połączeń komunikacyjnych np. pociąg Praga-Gdańsk, sezonowe połączenia lotnicze.

## **Pomorskie Prestige**

Celem na ten rok będzie dalsze poszerzenie grona partnerów projektu poza kulinariami i hotelarstwem, 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. Planowane jest dalsze tworzenie e-booków ze ścieżkami doświadczeń, współpraca z influencerami, w tym z jedną gwiazdą w skali krajowej, w zakresie opracowania podcastów i treści na media społecznościowe i stronę www. Partnerzy projektu otrzymają dostęp do szkoleń i prezentacji tworzonych w ramach dedykowanych wydarzeń jak np. Pomorskie Business Summit.

## **2. Projekty dedykowane**

Działania podejmowane w tym obszarze skupiają się na komercjalizacji produktów turystycznych tworzonych przez PROT i jej członków / partnerów w celu uzupełniania istniejącej oferty turystycznej. Są one szansą na wypromowanie i wsparcie mniej znanych subregionów, atrakcji i usług, a dla samego Stowarzyszenia stanowią realne uzupełnienie budżetu organizacji. Planowane na 2025 rok przychody w tym zakresie szacuje się na około 280 tys. złotych. Wśród przykładowych projektów można wyróżnić:

### **Pomorskie Tours - jednodniowe wycieczki tematyczne skierowane do klientów indywidualnych i grupowych**

Oprócz dalszego promowania i sprzedaży najpopularniejszych wycieczek z bogatego portfolio oferty, ważnym zadaniem jest kreowanie nowych ofert tematycznych: np. kulinarnych, a przy współpracy z partnerami PROT planowane jest tworzenie programów obejmujących kolejne subregiony województwa pomorskiego. Ważne będzie utrzymanie liczby klientów indywidualnych względem minionego roku, a także współpraca z klientami grupowymi. 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) i [www.sklep.prot.gda.pl](http://www.sklep.prot.gda.pl) oraz Pomorskie Centrum Informacji Turystycznej.

### **Pomorska Karta Turysty**

W oparciu o analizę minionego sezonu planowane są dalsze zmiany w strukturze pakietów w celu zwiększenia sprzedaży. Większy nacisk zostanie położony na tworzenie pakietów lokalnych obejmujących jedno miasto, powiat lub subregion. Jednocześnie z myślą głównie o mieszkańcach regionu pomorskiego planowane jest pilotażowe uruchomienie pakietu kultura, obejmującego wybrane obiekty muzealne z całego województwa pomorskiego z dłuższym terminem wykorzystania karty.

### **Turystyka Regionu**

Przy współpracy z operatorem aplikacji Yanosik.pl oraz pomorskimi obiektami muzealnymi, kontynuowany będzie projekt promocji atrakcji turystycznych i muzeów wśród zmotoryzowanych użytkowników aplikacji, poruszając się po lokalnych drogach. Celem projektu jest uzupełnienie istniejącego oznakowania drogowego (E-22) informacją wirtualną. Pozyskiwanie danych służących do analizy struktury odwiedzających oraz jeszcze szersze dotarcie z informacją do nowych, potencjalnych turystów. 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 oraz Punkt IT na Lotnisku im. Lecha Wałęsy**

Zespół Pomorskiego Centrum Informacji Turystycznej realizuje zadania z obszaru bezpośredniej obsługi turystów, sprzedaży towarów, usług (m.in. wycieczek, kart turysty czy audioguidów) 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. PROT przekazuje również materiały i środki dla Centrum IT prowadzonego na gdańskim lotnisku.

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

Projekty międzynarodowe w których PROT jest liderem lub partnerem, pozwalają na rozwijanie nowych obszarów działalności organizacji i jej członków np. w zakresie turystyki regeneratywnej, wzmacnianie odporności klimatycznej przedsiębiorstw turystycznych czy zmniejszania negatywnego wpływu na środowisko. Jednocześnie wzmacniają wykorzystanie istniejącej lub tworzonej infrastruktury np. rowerowej, konnej oraz tworzą warunki dla lokalnych przedsiębiorców do kreowania, rozwoju i komercjalizacji nowych usług i produktów turystycznych. Poprzez zadania podejmowane w projektach PROT min.:

- organizuje wydarzenia networkingowe, warsztaty i szkolenia z udziałem międzynarodowych ekspertów
- tworzy wspólne kampanie marketingowe z innymi regionami Morza Bałtyckiego, kierując je na główne rynki europejskie
- pozyskuje dużą ilość danych dotyczących turystyki, które pomagają branży tworzyć atrakcyjną i zrównoważoną ofertę opartą na analizach i rzeczywistych potrzebach rynku

- pomaga firmom, samorządom i stowarzyszeniom rozwijać swoje kompetencje w zakresie zarządzania infrastrukturą turystyczną, tworzenia nowoczesnych ofert odpowiadających na potrzeby rynku oraz nawiązywania współpracy ze swoimi odpowiednikami z innych europejskich krajów

Realizacja projektów umacnia pozycję PROT i całego regionu, jako lidera odpowiedzialnej turystyki na rynku międzynarodowym. Organizacja staje się głównym ambasadorem województwa pomorskiego w zakresie rozwoju turystyki zrównoważonej. Projekty te budują trwałe relacje z władzami lokalnymi, przedsiębiorcami i międzynarodowymi partnerami, co pozwala Pomorzu oferować innowacyjne, atrakcyjne i przyjazne środowisku doświadczenia turystyczne, które przyciągają turystów przez cały rok.

W 2025 roku w różnych okresach PROT zaangażowana będzie łącznie w 8 projektach:

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

Koordynacja Obszaru tematycznego Strategii UE dla Regionu Morza Bałtyckiego - międzynarodowy projekt strategiczny koordynowany przez Pomorską Regionalną Organizację Turystyczną oraz Region Oulu z Finlandii. Jego głównym celem jest wzmacnianie spójności regionu Morza Bałtyckiego poprzez rozwój zrównoważonej turystyki. Główne działania:

- Networking i klastering interesariuszy – Ułatwienie tworzenia sieci kontaktów i klastrów, które wspierają rozwój projektów turystycznych oraz wzmacniają współpracę w całym regionie.
- Rozwój turystyki zrównoważonej w regionach oddalonych i wiejskich – Projekt koncentruje się na rozwoju zrównoważonej turystyki w obszarach oddalonych i wiejskich, co sprzyja spójności regionalnej i zapobiega migracji ludności do miast.
- Inwestycje w umiejętności i technologie – Wsparcie rozwoju kompetencji w branży turystycznej, w tym kompetencji cyfrowych, co zwiększa innowacyjność i konkurencyjność sektora turystycznego.
- Ochrona dziedzictwa kulturowego i naturalnego – Zachęcenie do zrównoważonego wykorzystania dziedzictwa kulturowego i zasobów naturalnych, co przyczynia się do ochrony środowiska i promowania autentycznej turystyki w regionie Bałtyku.

Ważnym wydarzeniem organizowanym w ramach projektu będzie Bałtyckie Forum Turystyczne, które odbędzie się 1-2 października w Gdańsku. Konferencja skierowana jest do środowiska turystycznego z krajów bałtyckich.

#### **5. BASCIL - Innovative Solutions for the Rural Food Production Sector to Diversify into Sustainable Culinary Tourism Services – zakończenie 12.2025**

Trzeci ostatni roku trwania projektu, którego celem jest wsparcie lokalnych producentów żywności w dywersyfikacji działalności poprzez turystykę kulinarną oraz skupienie się na działaniach marketingowych. 14 firm z regionu pomorskiego ma szansę przyciągnąć nowych turystów kulinarnych, a co za tym idzie zwiększyć dochody i konkurencyjność swoich przedsiębiorstw. Projekt umacnia Pomorze jako region atrakcyjny kulinarnie, wspiera lokalną gospodarkę oraz wpisuje się w strategię zrównoważonego rozwoju turystyki. Część efektów będzie wkomponowywana w, istniejące w PROT, narzędzia do komercjalizacji np. Wycieczki



Pomorskie Tours czy sklep internetowy oraz wzmacni działania podejmowane w ramach marki Pomorskie Prestige.

#### **6. Regenerative Tourism – developing a new approach that accelerates positive change in tourism businesses, local communities, nature and culture in the SBA (ReTour)**

Projekt ReTour koncentruje się na opracowaniu innowacyjnych metod dla turystyki regeneratywnej, wykraczającej poza zrównoważony rozwój. Turystyka regeneratywna to podejście, które wspiera odbudowę i wzbogacenie zasobów naturalnych oraz kulturowych, włączając w procesy rozwoju, lokalne społeczności. PROT, jako główny polski partner, koncentruje się na badaniu lokalnych potrzeb oraz tworzeniu propozycji ofert turystycznych wzmacniających regenerację miejsc. W projekcie uczestniczą gminy, przedsiębiorstwa turystyczne oraz NGO, a efekty będą dzielone w ramach międzynarodowego konsorcjum. Korzyści dla regionu pomorskiego wynikające z projektu obejmują budowanie know-how w turystyce regeneratywnej oraz przyciąganie turystów ceniących zrównoważone i lokalne doświadczenia, co podnosi wartość oferty turystycznej w regionie.

#### **7. Climate Neutral Destinations - Developing climate smart tourism business for sustainability and resilience (CliNeDest) - start 03.2025**

CliNeDest to projekt dedykowany wsparciu zrównoważonego rozwoju w turystyce poprzez redukcję emisji CO<sub>2</sub> i wzmacnianie odporności klimatycznej przedsiębiorstw turystycznych. PROT jest jednym z ośmiu partnerów BSR (Region Morza Bałtyckiego) i pracować będzie nad wdrożeniem narzędzi wspierających zrównoważone zarządzanie oraz model współpracy dla biznesów turystycznych. Projekt oferuje dostęp do zasobów, które pozwolą lokalnym przedsiębiorstwom adaptować się do wymogów klimatycznych.

#### **8. Implementation of the Waste Management Plan for the Pomorskie Voivodeship taking into account the hierarchy of handling municipal waste and the principles of circular economy (LIFE Pom GOZilla.PL) – start 04.2025**

Projekt LIFE: Gozilla pomaga PROT zmniejszyć ekologiczny ślad turystyki w nadmorskich miejscowościach dzięki innowacyjnemu zarządzaniu odpadami. Projekt jest odpowiedzią na problem nadmiaru śmieci w sezonie, braku cyrkularnych praktyk firm, złych nawyków turystów i niewystarczającej wiedzy władz lokalnych. PROT zorganizuje laboratoria ko-kreacji, w których władze, MŚP i mieszkańcy opracują model zarządzania odpadami oparty na gospodarce obiegu zamkniętego, dostosowany do lokalnych potrzeb. Projekt umożliwia PROT wprowadzenie trwałych rozwiązań cyrkularnych, wzmacniając pozycję Pomorza jako lidera w zarządzaniu ekologicznym w turystyce. Zostanie to osiągnięte poprzez: szkolenia w zakresie praktyk cyrkularnych, co poprawi ekologiczny wizerunek firm i zmniejszy koszty; edukację turystów w zakresie odpowiedzialnych nawyków, co wspiera ochronę środowiska.

#### **9. Horse Tourism for Everyone - Fostering Inclusive & Citizen-Oriented Horse Tourism Development in the South Baltic Area (Horse Tourism) - start 03.2025**

Projekt Horse Tourism for Everyone ma na celu przekształcenie regionu Południowego Bałtyku w destynację turystyki konnej dostępną przez cały rok dla szerokiego grona odbiorców, w tym mieszkańców i turystów o różnych potrzebach. Dzięki współpracy 10 partnerów z Polski, Litwy, Szwecji, Niemiec i Danii, projekt promuje inkluzyjność i dostępność turystyki konnej poprzez rozwój innowacyjnych, dostosowanych do różnych grup

ofert. Główne planowane działania: Budowa lokalnych partnerstw na rzecz rozwoju inkluzywnej turystyki konnej, które będą współpracować i wymieniać się doświadczeniami na poziomie międzynarodowym; Przygotowanie i testowanie pięciu nowych tras konnych, dostosowanych do potrzeb różnych grup użytkowników w regionie Południowego Bałtyku – w tym jedna na Pomorzu; Wprowadzenie na rynek innowacyjnych i dostępnych ofert turystyki konnej skierowanych zarówno do turystów, jak i mieszkańców; Stworzenie pakietu promocyjnego (kampania) zmieniającego wizerunek turystyki konnej oraz promującego region Południowego Bałtyku jako destynacji przyjaznej turystyce konnej dostępnej dla każdego. Główne grupy docelowe to dostawcy usług turystyki konnej, organizacje zarządzające destynacjami (DMO), władze lokalne i regionalne oraz mieszkańcy i odwiedzający region Południowego Bałtyku.

#### **10. Bike across the Baltic – Improving bicycle tourism around the Baltic Sea (BAB) – zakończenie 06.2025**

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. Ostatnia faza projektu skupi się na podsumowaniu aktualnego stanu trasy (audyt) oraz inicjatyw transportu intermodalnego. Powstaną rekomendacje dla poprawy komunikacji z mieszkańcami i turystami w zakresie obsługi ruchu rowerowego, a wszystkie rezultaty projektu będą upowszechniane podczas tematycznych spotkań i konferencji.

#### **11. Baltic Biking UPGRADE (BBU)**

Głównym celem projektu, w którym PROT pełni rolę lidera jest pomoc MŚP w tworzeniu atrakcyjnych ofert i skutecznym docieraniu do klientów lokalnych i rynków zagranicznych. Projekt zwiększa atrakcyjność regionu jako celu podróży rowerowych, przyciąga nowych turystów i promuje zrównoważoną mobilność. Stawia PROT i województwo Pomorskie jako lidera rozwoju turystyki rowerowej nad Bałtykiem. Oferta trasy i firm operujących na jej pomorskim odcinku promowana będzie m.in. na stronie internetowej i w SM EuroVelo.com oraz z wykorzystaniem regionalnych kanałów powiązanych z serwisem pomorskie.travel.

#### **12. Współpraca z członkami PROT**

W pierwszym kwartale 2025 ogłoszony zostanie konkurs na wsparcie działalności i lokalnych inicjatyw członków PROT. Wzorem ubiegłorocznej edycji wsparcie obejmie szeroką rozumianą działalność podmiotów. Inicjatywa ma wspierać lokalne inicjatywy oraz wybranych Członków PROT w codziennej działalności. Jesienią zorganizowane zostanie szkolenie dla pracowników informacji turystycznych i obiektów kultury w zakresie obsługi turystów. PROT planuje również wspierać swoich członków w inicjatywach budowania lokalnych marek turystycznych, które w przyszłości mogą stać się certyfikowanymi markami w skali krajowej. Przy współpracy z POT zorganizowane zostaną również regionalne etapy konkursów na najlepszy produkt turystyczny oraz mistrzostwa vlogerów.

#### **13. 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. Przewiduje się również wątki szkoleniowe, odpowiadające na aktualne potrzeby partnerów PROT np. w zakresie rozwoju sztucznej inteligencji.

## Podsumowanie

Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna stawia na synergii działań i zaangażowanie wszystkich partnerów Stowarzyszenia. Takie podejście gwarantuje większy zasięg oddziaływania i optymalizuje wykorzystanie zasobów finansowych. Szeroki wachlarz inicjatyw PROT wpisuje się w strategię rozwoju turystyki województwa pomorskiego i marketingową strategię Polski, oferując lokalnej branży cenne narzędzia do tworzenia, promocji i komercjalizacji usług.

Działania PROT to nie tylko budowanie pozytywnego wizerunku regionu, ale również realne korzyści ekonomiczne dla przedsiębiorców z sektora turystycznego. Ważnym obszarem tematycznym organizacji w kolejnych latach będzie turystyka zrównoważona i regeneratywna. PROT będzie systematycznie gromadzić i analizować dane, by dostarczać swoim członkom aktualne informacje i wspierać ich w planowaniu działań w tym zakresie.

PROT aktywnie współpracuje z branżą turystyczną, wsłuchując się w jej potrzeby i dostosowując swoje działania do oczekiwań różnych grup odbiorców. Organizacja dąży do stworzenia silnego ekosystemu partnerskiego, opartego na wzajemnym zaufaniu i wymianie korzyści. PROT pragnie stać się wiodącym źródłem wiedzy i inspiracji dla swoich członków i partnerów.