

Merytoryczny plan działań PROT na rok 2026

Wstęp do planu działań – kontekst rynkowy, wyzwania, trendy

Rok 2026 będzie dla Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (PROT) okresem dalszego wzmacniania konkurencyjności regionu w warunkach szybko rozwijającej się lokalnej branży turystycznej, rosnącej presji na jakość oferowanych usług i doświadczeń oraz większych oczekiwań wobec odpowiedzialnego zarządzania ruchem turystycznym. Pomorskie ze swoją ofertą miejską i regionalną konkuruje nie tylko z innymi regionami Polski, ale również z destynacjami basenu Morza Bałtyckiego, które intensywnie inwestują w całoroczne produkty oraz nowoczesną komunikację.

W skali europejskiej utrwała się trend podróży poza szczytem sezonu oraz częstszych i krótszych wyjazdów, co sprzyja regionom dobrze skomunikowanym i posiadającym atrakcyjną ofertę „na każdą pogodę”. W badaniach European Travel Commission 73% Europejczyków deklaruje plany podróży w okresie październik 2025 – marzec 2026, co potwierdza rosnący potencjał sezonów przejściowych. Na decyzje turystów zagranicznych coraz częściej wpływają zmiany klimatu: fale upałów w południowej Europie wzmacniają zainteresowanie chłodniejszymi kierunkami, co otwiera dla Polski dodatkową szansę na rynkach zagranicznych – szczególnie w sezonach przejściowych i letnich.

Trendy europejskie wpływają również na zachowania konsumenckie Polaków. Pomorskie konkuruje nie tylko z najpopularniejszymi regionami w naszym kraju. Łatwa dostępność komunikacyjna sprawia, że turyści krajowi dzielą swoje urlopy pomiędzy wyjazdy zagraniczne, a wypoczynek w Polsce, nie zawsze typując nasz kraj jako pierwsze miejsce podróży w danym roku. Z uwagi na to, że wyjazdy są krótsze ale częstsze, w ciągu roku na Pomorzu dominują pobyty 2-3 dniowe organizowane najchętniej przy okazji dłuższych weekendów i wydarzeń specjalnych. W okresie letnim przyjazdy do regionu są nieco dłuższe 3-4 dniowe i często łączone z wizytą w kolejnych subregionach.

Zarówno w ujęciu krajowym, jak i międzynarodowym, rozwojowi turystyki w regionie sprzyjać będzie zwiększona dostępność komunikacyjna. Port Lotniczy w Gdańsku dynamicznie rozwija siatkę połączeń z nowymi miastami w Europie, starając się również o połączenia długodystansowe. Co istotne, dywersyfikuje również operatorów zarówno tradycyjnych, jak i tzw. „tanich” linii lotniczych. Nowi operatorzy kolejowi dający opcje pasażerom z południa Polski oraz Czech, a także zapowiedź oddania do ruchu kolejnych odcinków drogi S6, która skróci dystans podróży z Niemiec, to tylko kilka z przykładów, mających ogromny wpływ na decyzje wypoczynkowe gości.

Jednocześnie globalne prognozy wskazują na dalszy dynamiczny wzrost wolumenu podróży, co zwiększa wymagania wobec zarządzania destynacją m.in. w obszarze wpływu turystyki na klimat i wdrażanie praktyk zrównoważonych i regeneratywnych. Goście częściej niż dotychczas będą brali pod uwagę wpływ turystyki na środowisko, mieszkańców i lokalną gospodarkę.

Rok 2026 będzie również czasem przyspieszonej transformacji cyfrowej w turystyce. Światowa Organizacja Turystyki wskazuje hasło „Digital Agenda and Artificial Intelligence to redesign tourism” jako temat przewodni

kolejnych Obchodów Światowego Dnia Turystyki, co odzwierciedla globalny zwrot w stronę automatyzacji, personalizacji i zarządzania danymi. Z perspektywy marketingu destynacji turystycznych oznacza to m.in. konieczność przygotowania treści i ofert pod nowe modele planowania podróży wykorzystujące narzędzia AI, a także budowania kompetencji i rozwiązań umożliwiających odpowiedzialne użycie AI w badaniach, komunikacji i obsłudze interesariuszy.

Istotnym uwarunkowaniem będą również kolejne, zapowiadane zmiany regulacyjne w UE dotyczące zrównoważonego rozwoju, wiarygodności komunikatów środowiskowych oraz dostępności. Pomorska branża turystyczna, aby właściwie przygotować się na wdrażanie tych rozwiązań będzie potrzebować szkoleń i dobrych praktyk, które będą mogły być zaimplementowane również w naszym regionie.

Mając na uwadze przedstawione uwarunkowania, plan działań PROT na 2026 r. będzie koncentrować się na:

- wzmacnianiu popytu na całoroczną ofertę turystyczną, komunikacji o wysokiej jakości usługach i wydarzeniach oferowanych przez region (turystyka aktywna, kulinarna, miejska, kulturowa, przyrodnicza i regeneratywna)
- w ujęciu krajowym, podkreślaniu atutów i walorów wypoczynku w Polsce i regionie pomorskim, budowaniu pozytywnej narracji wokół podróży w kraju oraz podkreślaniu rzetelnych komunikatów w zakresie cen, dostępności itp.
- 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
- podnoszeniu kompetencji kadr w turystyce (szkolenia, webinary)

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 (szkolenia, kreowanie nowych ofert) oraz upowszechnianie i implementowanie ich rezultatów w codziennej działalności
- budowanie pozycji województwa pomorskiego i PROT jako lidera odpowiedzialnej turystyki na rynku krajowym i międzynarodowym
- zwiększanie udziału w budżecie PROT własnych usług komercyjnych
- zbudowanie komórki odpowiedzialnej za obszar Badania i Rozwój. Praca w oparciu o analizę danych, zbudowanie sieci współpracy dla pozyskiwania niezbędnych danych z regionu
- 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

Realizacja zintegrowanych kampanii marketingowych w kanałach online i offline, ukierunkowanych przede wszystkim na odbiorców z województw ościennych oraz: mazowieckiego, łódzkiego, śląskiego i pomorskiego. Popularyzacja turystyki doświadczeń, produktu lokalnego i różnorodności w ofercie regionu o każdej porze roku.

Cel:

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

Przykładowe narzędzia:

online marketing, dedykowane strony www.pomorskie.travel, www.pomorskieprestige.eu, influence marketing, współpraca z mediami, liderami opinii. Prezentacja regionu poprzez produkt lokalny np. kaszubską truskawkę, ryby itp. Działania we współpracy z przewoźnikami np. PLL LOT oraz instytucjami ogólnopolskimi np. Polską Organizacją Turystyczną, Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa. Wykorzystanie kotwic medialnych np. 100-lecie Gdyni.

Zagranica

Rynki priorytetowe:

Szwecja, Niemcy, Czechy, Hiszpania

Rynki uzupełniające:

Wielka Brytania, Norwegia, Dania, Holandia, Belgia, Włochy, Słowacja, Węgry, Kraje Bałtyckie, Kraje Arabskie, Turcja (Stambuł)

Cel:

budowanie silnej, rozpoznawalnej marki regionu pomorskiego, popularyzacja nowych, dogodnych połączeń komunikacyjnych, przyciągnięcie turystów z nowych kierunków i generowanie wzrostu przychodów w branży turystycznej. Zwiększenie udziału w podróżach do regionu wśród obcokrajowców wypoczywających w Trójmieście.

Działania wizerunkowe wzmocnione ofertą produktową. Kluczowe obszary tematyczne (turystyka: miejska, kulinarna, spa&wellness, regeneratywna, uzdrowiskowa, aktywna, slow life, wydarzenia).



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, DMO z regionu Morza Bałtyckiego.

Główne działania:

organizacja wizyt studyjnych mediów i firm turystycznych, prezentacje na Polskich Stoiskach Narodowych, workshopy branżowe, akcje promocyjne z udziałem przewoźników. Kampanie, konkursy online w oparciu o dedykowane strony internetowe np. www.pobytabaltu.cz, współudział w kampaniach Polskiej Organizacji Turystycznej. Wsparcie nowych połączeń komunikacyjnych połączenia lotnicze, współpraca z touroperatorami odpowiedzialnymi za turystykę przyjazdową do Polski.

Pomorskie Prestige

W kolejnym roku planowane jest dalsze poszerzanie grona partnerów projektu 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 tłumaczenie e-booków ze ścieżkami doświadczeń na kilka języków obcych, współpraca z influencerami, w tym z jednym przez cały rok, działania online na bazie istniejących materiałów np. Kampanii z Agnieszką Cegielską. Partnerzy projektu otrzymają dostęp do szkoleń i prezentacji np. podczas 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 2026 rok przychody w tym zakresie szacuje się na około 360 tys. złotych. Wśród przykładowych projektów można wyróżnić:

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

Kolejna faza rozwoju i sprzedaży najpopularniejszych wycieczek z pomorskiej oferty, ważnym zadaniem jest kreowanie kolejnych ofert tematycznych: np. kulinarnych, realizowanych na różnorodnych obszarach województwa. Dzięki współpracy z członkami i partnerami PROT możliwe jest tworzenie programów obejmujących kolejne subregiony województwa pomorskiego. Ważne będzie utrzymanie liczby klientów indywidualnych względem minionego roku, a także współpraca z klientami grupowymi. Dzięki rozpoznawalnej marce na rynku Pomorskim, w kolejnym roku planowane jest zwiększenie sprzedaży wśród polskich firm i instytucji np. KGW, Urzędy Gmin, korporacje. Główną witryną sprzedażową pozostaje www.pomorskietours.pl i 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. Planuje się rozwój pakietów lokalnych na wzór już istniejących np. Pakietu Gdynia. Większy nacisk zostanie położony na tworzenie pakietów lokalnych ofert dostępnych w ramach jednego miasta, powiatu lub subregionu. Jednocześnie dla mieszkańców regionu pomorskiego kontynuowany będzie pakiet kultura, obejmujący wybrane obiekty muzealne z całego województwa pomorskiego z dłuższym terminem wykorzystania karty. Planowane jest rozwijanie sieci sprzedaży stacjonarnej i internetowej.

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 2,2 miliony unikalnych użytkowników miesięcznie, a projekt PROT zakłada prezentację na mapie przeszło 50 obiektów w całym województwie.

3. Pomorskie Centrum Informacji Turystycznej oraz Punkt IT na Lotnisku im. Lecha Wałęsy

Wraz ze zmianą siedziby biura PROT (luty 2026) Pomorskie Centrum Informacji Turystycznej w Bramie Wyżynnej zyska nowe przestrzenie do realizacji zadań z obszaru bezpośredniej obsługi turystów, sprzedaży towarów i usług (m.in. wycieczek, kart turysty czy audioguidów) w sklepie stacjonarnym i internetowym. Parter Budynku zostanie w pełni zagospodarowany na cele handlowe z miejscem do obsługi gości. Górna sala konferencyjna może być wykorzystywana na cele wystawiennicze lub stałą współpracę z podmiotami komercyjnymi. Przestrzeń w Bramie Wyżynnej i wokół budynku niezmiennie pozostaje również do dyspozycji członków PROT na potrzeby dedykowanych akcji promocyjnych powiązanych z ofertą turystyczną regionu. Zadania Centrum współfinansowane są przez Gdańską Organizację Turystyczną. PROT przekazuje również materiały i środki dla Centrum IT prowadzonego na gdańskim lotnisku. W 2026 roku PROT przy współpracy z Polską Organizacją Turystyczną zorganizuje również szkolenie dla pracowników regionalnych punktów IT oraz pracowników obsługi obiektów muzealnych.

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 branżowe, warsztaty, webinary 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. Od 2025 roku PROT jako członek Global Sustainable Tourism Council pozyskał dostęp do wiedzy i ekspertów z tej dziedziny, dzieląc się na bieżąco pozyskaną wiedzą ze swoimi członkami. Projekty EU budują trwałe relacje z władzami lokalnymi, przedsiębiorcami i międzynarodowymi partnerami, co pozwala Pomorzu oferować innowacyjne, atrakcyjne i przyjazne środowisku doświadczenia turystyczne pozwalające przyciągnąć turystów przez cały rok.

W 2026 roku w różnych okresach PROT zaangażowana będzie łącznie w 7 projektach:

4. Policy Area Tourism Coordinator (PAC Tourism)

Koordinacja 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 łączenie 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 jest 17. Bałtyckie Forum Turystyczne, które w 2026 roku w listopadzie odbędzie się w Danii. Konferencja skierowana jest do środowiska turystycznego z krajów bałtyckich i gromadzi przeszło 150 uczestników

5. 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 ofert 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. Rok 2026 to czas rozwijania i wprowadzania na rynek konceptów, jakie firmy i instytucje wykreowały w początkowej fazie współpracy. Oferty poddane zostaną testowaniu, objęte wsparciem eksperckim i po ich finalnym dopracowaniu wprowadzone do sprzedaży. PROT zapewni działania marketingowe oraz współpracę z siecią operatorów odpowiedzialnych za sprzedaż dla turystów.

6. Climate Neutral Destinations - Developing climate smart tourism business for sustainability and resilience (CliNeDest)

CliNeDest to projekt dedykowany wsparciu zrównoważonego rozwoju w turystyce poprzez redukcję emisji CO₂ i wzmacnianie odporności klimatycznej przedsiębiorstw turystycznych. PROT jest jednym z ośmiu partnerów, odpowiedzialnym za wdrożenie narzędzi wspierających zrównoważone zarządzanie obiektami oraz model współpracy dla biznesów turystycznych. Projekt oferuje dostęp do zasobów, które pozwolą lokalnym przedsiębiorstwom adaptować się do wymogów klimatycznych. Planowana jest seria warsztatów dla pomorskich przedsiębiorców z zakresu korzystania z kalkulatorów emisji CO₂ oraz transformacji swoich działalności w kierunku zmniejszania emisyjności.

7. 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 nakłada na PROT zadania zmierzające do zmniejszania negatywnego wpływu 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. W 2026 roku PROT zorganizuje wspólnie z Gminą Ustka laboratorium ko-kreacji, w którym samorząd lokalny, 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. W najbliższych 12 miesiącach oprócz rozpoczęcia działalności laboratorium w którym edukację i szkolenia dla firm i turystów z obszaru Gminy Ustka prowadzić będą lokalni trenerzy, planowane są również pierwsze serie szkoleń dla branży hotelarskiej i gastronomicznej koordynowane przez PROT, a realizowane w nadmorskich miejscowościach woj. pomorskiego.

8. 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. Rok 2026 to moment w którym PROT przygotuje materiały do kampanii zmieniającej wizerunek turystyki konnej oraz promującej region jako destynację przyjazną turystyce konnej dostępnej dla każdego. Kampania kierowana będzie na rynek Niemiecki i Polski.

9. RegenT (Integrating Regenerative Practices in Nature and Cultural Tourism)

Projekt koncentruje się na rozwoju i wdrażaniu turystyki regeneratywnej – nowego podejścia, które wykracza poza ideę zrównoważonego rozwoju. Celem projektu jest stworzenie centrum wiedzy o turystyce regeneratywnej w regionie Morza Bałtyckiego (Regenerative Tourism Hub), które stanie się miejscem wymiany doświadczeń, innowacji i inspiracji dla szerokiego grona interesariuszy. Hub oferować będzie szkolenia, warsztaty, publikacje oraz rekomendacje polityczne, wspierające władze publiczne, organizacje zarządzające destynacjami (DMO i NTO), NGO oraz instytucje wspierające przedsiębiorczość w opracowywaniu strategii opartych na regeneracji i rewitalizacji turystyki.

10. 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. 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. W ostatnim roku planowane są działania promujące m.in. inicjatywę wypracowaną podczas projektu Copenhagen-Gdansk Route – usługę „jednokierunkowej” wypożyczalni rowerowej, na której operatorem będą firmy z Danii i Polski (Gdańska).

11. Współpraca z członkami PROT

W pierwszym kwartale 2026 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. W 2026 roku Regionalne Organizacje Turystyczne w imieniu POT będą również wdrażać dwa zadania kierowane głównie do Lokalnych Organizacji Turystycznych i innych instytucji zajmujących się rozwojem turystyki w subregionach: koordynację regionalnego etapu Krajowego Programu Certyfikacji Zrównoważonych Destynacji Turystycznych oraz Certyfikację Lokalnych Organizacji Turystycznych.

12. Rozpoczęcie procesu tworzenia Pomorskiego systemu pozyskiwania danych i ich analizy

W 2026 roku biuro PROT planuje wdrożenie pierwszych rozwiązań zmierzających do systematycznego pozyskiwania danych oraz ich analizy na potrzeby oceny ruchu turystycznego i jego finansowego wpływu na rozwój lokalnej gospodarki. Opinie mieszkańców regionu w zakresie rozwoju turystyki na ich codzienne życie oraz trendów i preferencji potencjalnych turystów. Działanie to realizowane będzie ze środków PROT, uzupełnionych o finanse potencjalnych partnerów instytucjonalnych oraz możliwych grantów. Realizacja nastąpi etapami, a pierwsze rezultaty tych działań planowane są na drugie półrocze 2026.

13. Wydarzenia branżowe z udziałem członków PROT

Główne, zaplanowane wydarzenia to regionalne 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. Przewiduje się również wątki szkoleniowe, odpowiadające na aktualne potrzeby partnerów PROT np. w zakresie rozwoju sztucznej inteligencji.

Podsumowanie

Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna konsekwentnie rozwija model współpracy oparty na synergii działań oraz aktywnym zaangażowaniu wszystkich partnerów Stowarzyszenia. Takie podejście zwiększa skalę i skuteczność prowadzonych inicjatyw, jednocześnie sprzyjając racjonalnemu wykorzystaniu dostępnych zasobów finansowych i organizacyjnych. Realizowane przedsięwzięcia pozostają spójne ze strategią rozwoju turystyki województwa pomorskiego zawartej w Strategii Pomorskie 2030 oraz kierunkami marketingowej promocji Polski, dostarczając branży narzędzi wspierających tworzenie, promocję i komercjalizację oferty turystycznej.

Działania PROT koncentrują się na wzmacnianiu rozpoznawalności regionu i budowaniu jego atrakcyjnego wizerunku, a zarazem na generowaniu wymiernych korzyści gospodarczych dla przedsiębiorców i instytucji sektora turystycznego. W nadchodzących latach szczególne znaczenie zyska obszar turystyki zrównoważonej i regeneratywnej. Organizacja będzie systematycznie gromadzić oraz analizować dane, aby zapewniać członkom dostęp do aktualnych informacji, wspierać proces planowania i ułatwiać podejmowanie decyzji w oparciu o rzetelne przesłanki.

PROT utrzymuje stały dialog z branżą, uwzględniając zróżnicowane potrzeby interesariuszy i dostosowując formy współpracy do oczekiwań poszczególnych grup odbiorców. Szereg działań, w tym projektowych, jest realizowanych wraz z Departamentem Turystyki i Sportu UMWP. Priorytetem pozostaje rozwój silnego ekosystemu partnerskiego, opartego na zaufaniu, transparentności i wymianie wartości. PROT dąży do umocnienia swojej roli jako kluczowego źródła wiedzy, inspiracji i praktycznego wsparcia dla członków oraz partnerów, wzmacniając konkurencyjność turystyki Pomorza w wymiarze krajowym i międzynarodowym.