



Ministerstwo Sportu i Turystyki
Rzeczypospolitej Polskiej

Czy Polska może być rajem turystycznym ?

Warszawa, 2 grudnia 2009 r.



Turystyka na świecie i w Polsce

- Według UNWTO w 2008 roku odbyło się na świecie **924 mln międzynarodowych podróży turystycznych** (o **2%** więcej niż w 2007 r.)
- Według szacunków Instytutu Turystyki, **udział gospodarki turystycznej w PKB Polski w 2008 r. wyniósł 6%** (podobnie jak w 2007 r.)
- Wydatki cudzoziemców w Polsce w 2008 r. wyniosły **23,5 mld PLN (spadek o 3,2% w stosunku do 2007 r.)** , a wydatki krajowe mieszkańców Polski na podróże zagraniczne – **9,2 mld PLN (wzrost o 24% w stosunku do 2007 r.)**
- Wydatki mieszkańców Polski na podróże krajowe w 2008 r. wyniosły **23,9 mld PLN (wzrost o 16%)**, wydatki na podróże służbowe



Turystyka w Polsce

Według oszacowań Instytutu Turystyki w 2008 roku było:

- **50,2 mln wyjazdów Polaków za granicę** (o 5,6% więcej niż w 2007 r.)
- Prawie **60 mln przyjazdów cudzoziemców** (o 9% mniej niż w 2007 r.).
- Liczbę przyjazdów turystów w 2008 roku oszacowano na **blisko 13 mln** (o 13% mniej niż w 2007 r.). Liczba przyjazdów zmniejszyła się między innymi z uwagi na wejście Polski do strefy Schengen (mniejsza liczba turystów z Białorusi, Ukrainy i Rosji).



Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku

- dokument programowy dla sektora turystyki, który będzie sprzyjać budowaniu w najbliższych latach silnych podstaw gospodarki turystycznej w Polsce.
- przyjęty w dniu 26.09.2008 r. przez Radę Ministrów
- założenia: harmonijny i zrównoważony rozwój sektora turystycznego.
- zaangażowanie: wszystkie podmioty działające na rzecz rozwoju turystyki w Polsce - jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, organizacje branżowe, środowisko naukowe.



Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku

- **Celem nadrzędnym:** tworzenie warunków prawnych, instytucjonalnych, finansowych i kadrowych rozwoju turystyki, sprzyjających rozwojowi społeczno-gospodarczemu Polski
- podniesienie konkurencyjności regionów i kraju z zachowaniem walorów kulturowych i przyrodniczych.
- Dokument będzie stanowić podstawę przygotowywania oraz oceny projektów finansowanych i współfinansowanych z funduszy strukturalnych UE.



„Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015”

- Cele: wskazanie najważniejszych kierunków i form działań dla promocji polskiej turystyki.
- podstawowy instrument, który będzie pomocny w zakresie prowadzenia spójnej i długofalowej polityki promocyjnej Polski w sektorze turystyki do roku 2015.
- Dokument przyjęty przez Radę Polskiej Organizacji Turystycznej w dniu 16.10.2008 r.,
- Jest to podstawa merytoryczna określania kierunków promocji z wykorzystaniem funduszy strukturalnych Unii Europejskiej, których beneficjentem jest bezpośrednio POT, a także poszczególne regiony i miasta Polski.



Nowelizacja ustawy o usługach turystycznych

Podstawowe ułatwienia w prowadzeniu działalności gospodarczej dla przedsiębiorców:

- wprowadzenie dodatkowych form zabezpieczeń finansowych organizatorów turystyki i pośredników turystycznych na rzecz klientów (poręczenie funduszu składkowego uzupełniające gwarancję oraz rachunki powiernicze),
- ograniczenie katalogu rażących naruszeń warunków wykonywania działalności organizatora turystyki, które są podstawą do wydania zakazu prowadzenia działalności



Nowelizacja ustawy o usługach turystycznych

Ograniczenie barier w dostępie do kategoryzacji dla małych przedsiębiorców, prowadzących niewielkie obiekty świadczące usługi hotelarskie, w szczególności poprzez:

- stworzenie podstawy prawnej do przekazywanie zadań w zakresie kategoryzacji (pensjonatów i schronisk gminom na podstawie porozumienia gminy z marszałkiem województwa)
- wprowadzenie podstawy prawnej dla możliwości świadczenia usług hotelarskich, także kategoryzowanych, w małych obiektach (np. do 20 miejsc) w budynkach o podstawowej funkcji mieszkalnej.



Fundusze strukturalne UE

- Po raz pierwszy w ramach Narodowej Strategii Spójności (Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia) pojawiły się fundusze strukturalne na rozwój turystyki na poziomie sektorowym (horyzontalnym) a zapisy dotyczące turystyki znalazły się w większości Programów Operacyjnych na lata 2007-2013.
- Ogółem na rozwój polskiej turystyki zaplanowano przeszło **1,5 mld euro** możliwych do pozyskania.
- Głównym źródłem funduszy jest wsparcie przewidziane **Programem Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka 2007-2013** w ramach dwóch działań.



www.zarabiajnaturystyce.pl

ZARABIAJ NA TURYSTYCE

http://zarabiajnaturystyce.pl/ Google

blaz POT - wyjscia Studio 64 u... studio DTP sue_lunar's Photostream tehmarket mit www taka Smashing Magazine Apple Mapy Google Wikipedia Wiadomości Popularne

Polska Organizacja Turystyczna ZARABIAJ NA TURYSTYCE

Projekt realizowany przez Ministerstwo Sportu i Turystyki oraz Polską Organizację Turystyczną

 Ministerstwo Sportu i Turystyki
Rzeczypospolitej Polskiej

 6 500 000  kafla

TURYŚCI WYDALI NA NOCLEGI W POLSCE 6,5 MLD ZŁ
(dane z 2006 r.)

SERWIS INFORMACYJNY **AKTUALNOŚCI TURYSTYCZNE**.pl IDEA KAMPAНИ PARTNERZY KAMPAНИ DLA MEDIÓW KONTAKT

- ABC Turystyki
- Załóż firmę
- Dobre praktyki
- Środki Unijne
- Turystyka w liczbach
- Szkolenia
- Akty prawne
- Biblioteka


Narodowy Portal Turystyczny
Polska Organizacja Turystyczna


STRONA GŁÓWNA



Turystyka wszystkim się opłaca. Polska Organizacja Turystyczna poprzez swoje działania chce pokazać turystykę jako branżę, przemysł przynoszącą ogromne dochody i mającą wpływ na różne dziedziny życia zarówno społecznego jak i gospodarczego.

Wszystkie sektory gospodarki czerpią korzyści z rynku turystycznego. Rozwój turystyki pobudza rozwój wielu innych dziedzin gospodarki a jej usługowy charakter generuje miejsca pracy nie tylko w sektorze końcowej konsumpcji turystycznej, ale także produkcyjnym. Turystyka stymuluje rozwój wielu dziedzin, od transportu, rolnictwa, edukacji, kultury, przemysłu spożywczego, hotelarstwa po opiekę zdrowotną i związaną z nią turystyką zdrowotną (uzdrowiska, wellness, spa).

Turystyka jako szczególny przejaw życia społecznego. Wymiar zarówno ekonomiczny jak i kulturowy turystyki wywiera znaczący wpływ na życie kraju, dlatego chcemy zmienić dotychczasowy sposób myślenia i mówienia o możliwościach turystycznych naszego kraju.



ZARABIAJ
NA TURYSTYCE.PL



Ministerstwo Sportu i Turystyki
Rzeczypospolitej Polskiej



Polska Organizacja Turystyczna



70 000 melonów

WPŁYWY Z TURYSTYKI W POLSCE WYNOSZĄ 70 MLD ZŁ
(dane z 2007r.)



Samorząd Województwa Mazowieckiego



Miasto Stołeczne
Warszawa



ZARABIAJ
NA TURYSTYCE.PL



Ministerstwo Sportu i Turystyki
Rzeczypospolitej Polskiej



Polska Organizacja Turystyczna

6 500 000



kafli

TURYŚCI WYDALI NA NOCLEGI W POLSCE 6,5 MLD ZŁ
(dane z 2006r.)



Samorząd Województwa Mazowieckiego



Miasto
Stoleczne
Warszawa



ZARABIAJ
NA TURYSTYCE.PL

5,3



Ministerstwo Sportu i Turystyki
Rzeczypospolitej Polskiej



Polska Organizacja Turystyczna

DUŻYCH
BANIEK

TURYŚCI WYDALI W RESTAURACJACH W POLSCE 5,3 MLD ZŁ
(dane z 2006r.)



Samorząd Województwa Mazowieckiego



Miasto
Stołeczne
Warszawa



STROER 0194601

ZARABIAJ
NA
TURYSTYCE.PL

6 500 000



kafla

TURYŚCI WYDALI NA NOCLEGI W POLSCE 6,5 MLD ZŁ
(dane z 2005r.)

Ministerstwo Sportu i Turystyki
Rzeczypospolitej Polskiej

Polska
Polska Organizacja Turystyczna

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Miasto Stołeczne
Warszawa



A billboard advertisement for tourism in Poland, featuring a large, stylized number '70' and the text '000 melonów' (000 melons) to represent 70 billion PLN. The billboard is set against a background of a modern building with a glass facade and a blue sky. The billboard itself has a white background with a green header on the left and a red banner at the bottom. The header contains the text 'ZARABIAJ NA TURYSTYCE.PL'. The main text '70 000 melonów' is written in a large, black, handwritten-style font. Above the text are five whole yellow melons and one sliced green melon. The red banner at the bottom contains the text 'WPŁYWY Z TURYSTYKI W POLSCE WYNOSZĄ 70 MLD ZŁ' in white capital letters. Logos for the Ministry of Sport and Tourism, the Polish Tourist Organization, and the City of Warsaw are visible in the bottom right corner.

ZARABIAJ
NA TURYSTYCE.PL

70 000 melonów

WPŁYWY Z TURYSTYKI W POLSCE WYNOSZĄ 70 MLD ZŁ

Ministerstwo Sportu i Turystyki
Rzeczypospolitej Polskiej

Polska
Polska Organizacja Turystyczna

Miasto Stołeczne
Warszawa









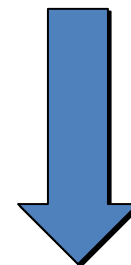
Pozytywny wizerunek



„Łatwiejszy” proces promocji

- niewielki zakres działań komunikacyjnych – podtrzymywanie,
- stabilny, ograniczony budżet

Negatywny wizerunek



„Trudniejszy” proces promocji

- więcej różnorodnych form,
- wysokie nakłady finansowe



Obraz Polski jest zdecydowanie bardziej negatywny niż obraz Polaków



Badania potwierdzają,
ze bardziej pozytywny wizerunek
Polski i
Polaków mają cudzoziemcy, którzy
mieszkają
w Polsce lub odwiedzili Polskę.
Nasza
rzeczywistość jest lepsza od
naszego
wizerunku.





Efektywne budowanie brandingu turystycznego

ustalenie dokładnych wytycznych dotyczących cech marki

długoterminowa strategia promowania marki

analiza SWOT i analiza konkurencji

współpraca regionalna i stworzenie ujednoliconego narodowego brandingu turystycznego (wewnętrzna strategia marketingowa)

Źródło: Opracowanie UNWTO, ETC



Wsparcie marketingowe dla procesu tworzenia produktów turystycznych

Mamy produkty czy atrakcje?

**Mamy już sporo produktów
budujących marketing miejsca
ale...**





Kluczowe produkty turystyczne Polski

- **Turystyka w miastach i kulturowa**
- **Turystyka biznesowa (MICE)**
- **Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna**
- **Turystyka na terenach wiejskich**
- **Turystyka przygraniczna i tranzytowa**



Produkty	Turystyka aktywna, Rekreacyjna (wypoczynkowa)					Turystyka specjalistyczna				Turystyka pielgrzymkowa	Turystyka miejska i kulturowa	Turystyka na terenach wiejskich		Turystyka zdrowotna		Turystyka biznesowa		Turystyka zakupy	Turystyka tranzytowa
	Słońce i plaża	Wypoczynek w górach	Turystyka piesza	Wypoczynek- jeziora	Wypoczynek w obszarach przyrodniczych	Żeglarstwo, kajaki, wind i kite surfing	Sporty zimowe narciarstwo	Turystyka rowerowa	Turystyka jeździecka			Agroturystyka	Ekoturystyka	Turystyka uzdrowiskowa	Wellness, spa	Turystyka kongresowa	Podróże służbowe		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Dolnośląskie																			
Kujawsko - Pomorskie																			
Lubelskie																			
Lubuskie																			
Łódzkie																			
Małopolskie																			
Mazowieckie																			
Opolskie																			
Podkarpackie																			
Podlaskie																			
Pomorskie																			
Śląskie																			
Świętokrzyskie																			
Warmińsko - Mazurskie																			
Wielkopolskie																			
Zachodnio - Pomorskie																			



Bariery rozwoju

- brak produktów o charakterze ponadregionalnym,
- jakość produktów turystycznych i ich elementów składowych
- brak profesjonalnego zarządzania produktami
- niedostateczna współpraca

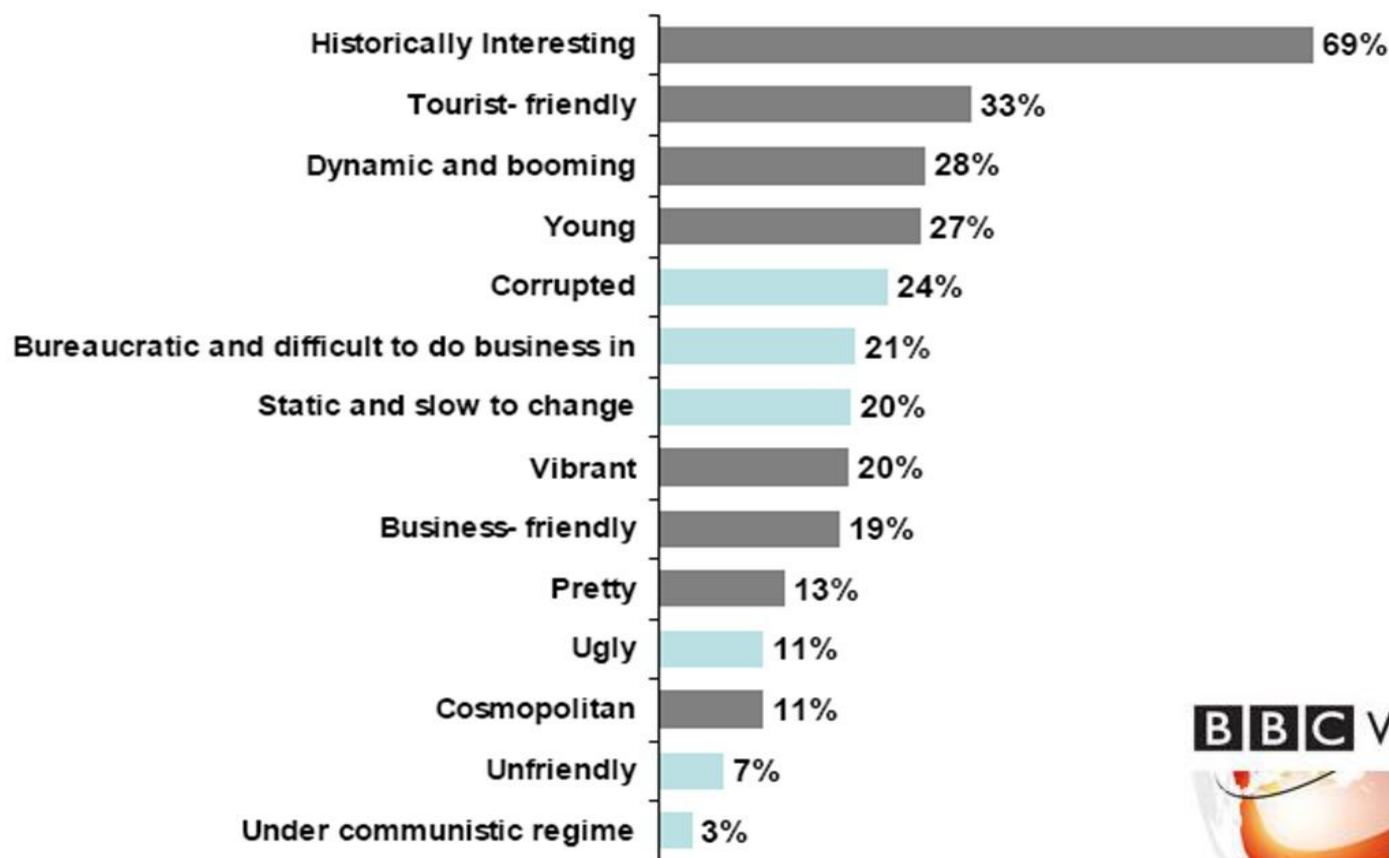


Główna przeszkoda?

WIZERUNEK POLSKI W OCZACH OBCOKRAJOWCÓW



Badania BBC

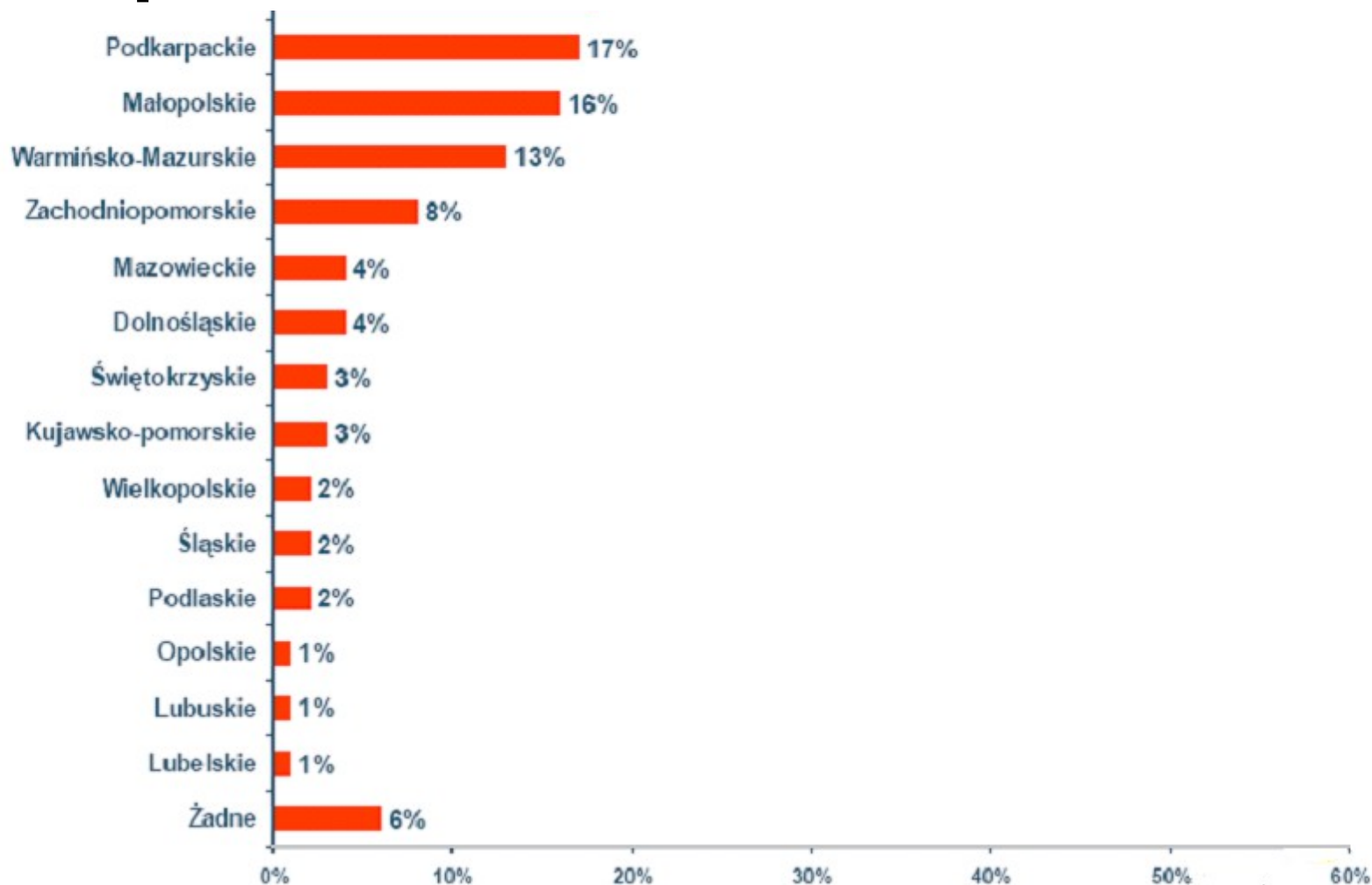


BBC WORLD NEWS



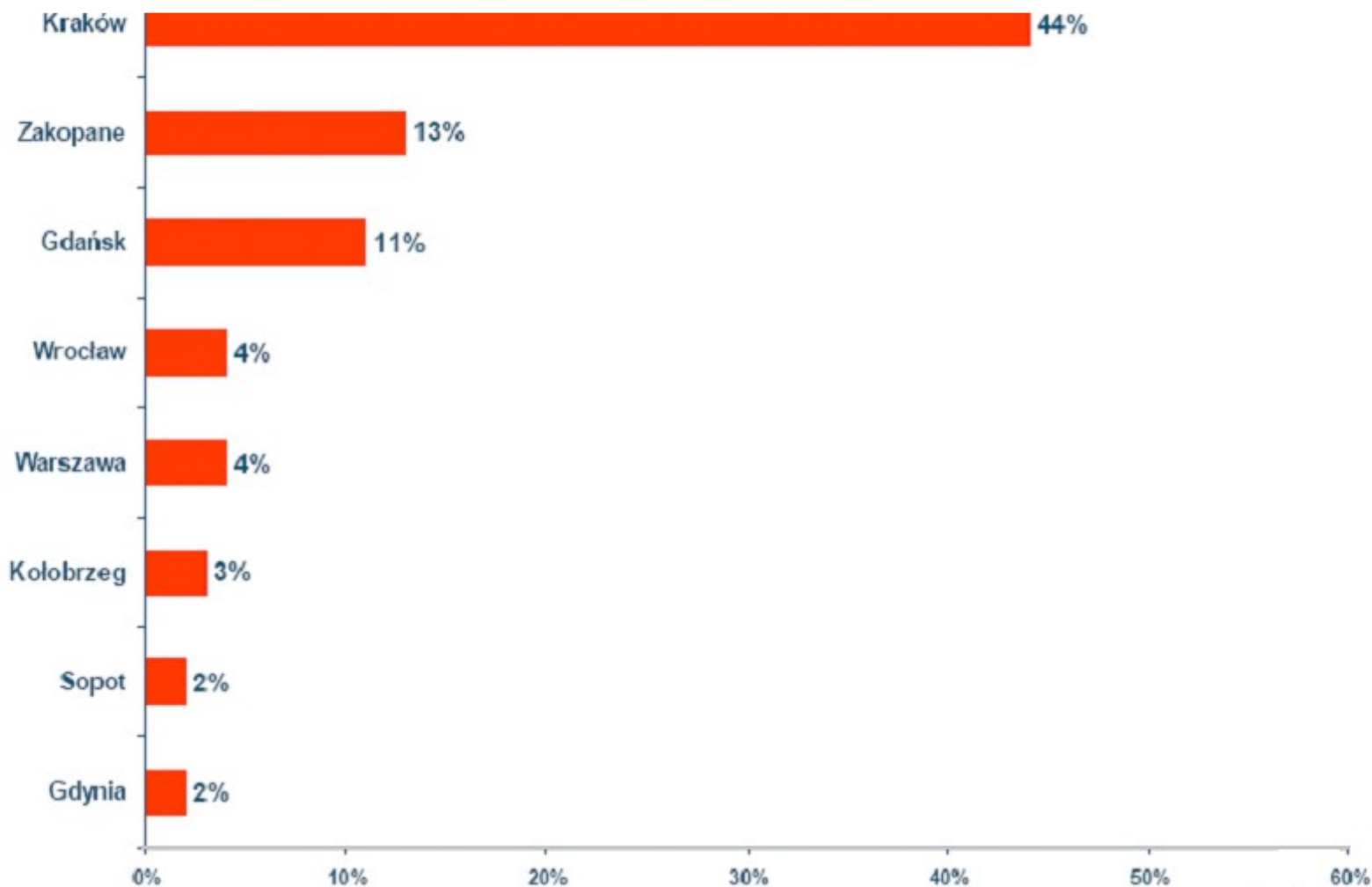


Atrakcyjność województw – Top Of Mind





Atrakcyjność miast – Top of Mind





Rozpoznawalność - top of mind

Pierwsze, spontaniczne skojarzenie	Liczba wskazań
Kultura, architektura, sztuka, historia, miasta (historyczne), miasta kultury i sztuki, podróże do miast, różne miasta wymienione z nazwy, zabytki, zabytkowe miasta, średniowieczne miasta, zamki, pałac, bogactwo kulturowe, obiekty UNESCO, pamiątki historyczne, dawna historyczna zabudowa	104
Natura, piękny kraj, zielony, przyroda, krajobraz, żubr, parki narodowe, puszcze, lasy, tereny rolnicze	90
Kraków (w tym Wawel)	87
Auschwitz, obozy koncentracyjne, holocaust, II wojna światowa, burzliwa, ciężka historia, interesująca historia, historia, Polska jako ofiara historii	49
Mili, przyjaźni ludzie, gościnność, przyjaciele, przyjazny kraj	39
Jan Paweł II, wiara, religia, zabytki religijne, sanktuaria, miejsca religijne, katolicyzm, kościoły	32
Warszawa	25



Sąsiad, bliska, podobna do mojego kraju (tylko w przypadku Ukrainy), związki między krajami (tylko w przypadku Węgier)	22
Kraj turystyczny, tanie wakacje, urlop, wypoczynek, urlopy sanatoryjne, wakacje dla emerytów, wycieczki turystyka	19
Chopin, muzyka	17
Dobre jedzenie, dobry alkohol, smaczna, wspaniała kuchnia, wódka	17
Komunizm, kraj w Europie Wsch., Solidarność, Wałęsa	16
Piękny, spokojny, interesujący, wspaniały, fascynujący, interesujący, sympatyczny kraj, kraj bogatych możliwości turystycznych	14
Dobrobyt, Europa, „kraina marzeń”, wolność, europejski, otwarty kraj, zagranica	12
Wspólna historia, wspólna przeszłość historyczna (tylko w przypadku Węgier i Niemiec)	11
Bałtyk, turystyka morska, Gdańsk, Gdynia, woda, (piękne) plaże, żeglarstwo	10
Inne skojarzenia	296
Brak skojarzeń (respondent nie podał spontanicznie żadnego skojarzenia)	25
Łącznie	885



Mocne elementy wizerunku Polski, które mogą stać się jego uniwersalnym

fundamentem na wszystkie kraje
żywołność – młodość, werwa, energia, widoki na przyszłość;

- *kultura* – zarówno dziedzictwo, jak współczesność (bardziej);
- *fizyczna uroda* – zwłaszcza różnorodna i piękna przyroda, różnorodność regionalna;
- *ludzie* – gościnność, słowiańskość, polot, piękne Polki;
- *zdrowie* – kunszt rolniczy, natura, ekologia, świeżość, kuchnia
- *miasta* – różnorodność, osobowość, ciekawa narracja, puls i dusza, zabytki;



Flagowy produkt budujący markę Polski

MIASTA-ICH KLIMAT I WYDARZENIA







Ministerstwo Sportu i Turystyki
Rzeczypospolitej Polskiej

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

Katarzyna Sobierajska

Podsekretarz Stanu

Ministerstwo Sportu i Turystyki

Tel. (022) 24-43-170

Fax. (022) 24-43-171

E-mail: turystyka@msport.gov.pl