



Małopolska Organizacja Turystyczna

Załącznik do Uchwały nr 05/09/2024
Walnego Zebrania
Członków Małopolskiej Organizacji Turystycznej
z dnia 27 września 2024 roku

PLAN PRACY

**MAŁOPOLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ
NA ROK 2024**

Ryglice, dnia 27 września 2024 roku

Spis treści

1. Rok 2024 – „Wróciliśmy na właściwe tory”	4
1.1. Współpraca z telewizją POLSAT i TVP oraz radiem RMF FM.....	5
1.1.1. Sanatorium Miłości w TVP 2	5
1.1.2. Konkurs Miss Polonia	5
1.1.3. Wejścia pogodowe w Polsat i Polsat News – Turystycznie z Polsat News.....	6
1.1.4. Bilet do Małopolski – Misja zima z RMF FM	6
1.1.5. Małopolska Aktywnie Zimą	7
1.2. Działania promocyjne MOT w sieci.....	8
1.3. Turystyczne Skarby Małopolski	9
2. Projekty	10
2.1. Wizyty studyjne dla dziennikarzy i touroperatorów	10
2.2. Targi turystyczne	13
2.3. Koncerty.....	13
2.4. Na górskich szlakach Małopolski	14
2.5. Małopolska Cel Podróży	17
2.6. Małopolski System Informacji Turystycznej	23
2.7. Małopolska Meeting & Travel	28
2.8. Poznaj Region – wyprawy turystyczne po Małopolsce.....	32
2.9. Działania na rzecz pozyskania turystów z Czech, Słowacji i Węgier	35
2.10. Działania na rzecz pozyskania turystów z obszaru Zatoki Perskiej.....	39
2.11. Tysiąclecie Królestwa Polskiego	40
2.12. Badania ruchu turystycznego w Małopolsce.....	41
2.13. Badania ruchu turystycznego w Krakowie.....	42
2.14. Badania podażowe w Małopolsce	43
3. Współpraca z Miastem Kraków	44
3.1. Wizyty studyjne	44
3.2. Wizyty branżowe: fam tripy	45
3.3. Targi turystyczne	45
3.4. Twierdza Kraków	45
3.5. Małopolska – cel podróży.....	46
3.6. Parada Smoków	46

Plan pracy MOT na 2024

3.7.	Gala Orły Turystyki RP	47
3.8.	Copernicus Festival 2024	48
4.	Współpraca z Polską Organizacją Turystyczną	48
4.1.	Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT	48
4.2.	Certyfikacja Informacji Turystycznej	50
5.	Oznakowanie Turystyczne Regionu	50
6.	Małopolski Festiwal Balonowy „Odlotowa Małopolska” i działania z udziałem Balonu Małopolska	52
7.	Działania promocyjne realizowane z udziałem Campera Małopolskiego	53
8.	Projekty OpenRegioCulture / WSTiE w Suchoj Beskidzkiej.....	56
9.	Otwarty Szlak Architektury Drewnianej.....	59
10.	Plan finansowy Małopolskiej Organizacji Turystycznej na 2024 rok.....	61

Plan pracy MOT na 2024

1. Rok 2024 – „Wróciliśmy na właściwe tory”

Bieżący rok zapowiada się pod znakiem normalizacji przyjazdowego ruchu turystycznego do Małopolski. Wciąż utrzymuje się stabilne tempo wzrostu zainteresowania regionem i jego popularności wśród odwiedzających. Najlepiej świadczą o tym statystyki wizyt komunikowane przez flagowe atrakcje turystyczne Małopolski czy też podmioty obsługujące międzynarodowy ruch turystyczny. I tak na przykład Tatrzański Park Narodowy notuje 8-procentowy wzrost odwiedzających w okresie styczeń-lipiec w stosunku do podobnego okresu ubiegłego roku. Już w sierpniu bieżącego roku, wcześniej niż w latach poprzednich, Kopalnia Soli Wieliczka wita w podziemnych korytarzach milionowego turystę. Jednocześnie Port Lotniczy Kraków Airport w sierpniu rejestruje 21-procentowy wzrost ruchu pasażerskiego miesiąc do miesiąca, a liczba pasażerów w ujęciu miesięcznym po raz pierwszy w historii lotniska utrzymuje się ostatnio powyżej miliona i stale rośnie. Według prognoz liczba pasażerów przekroczy ponad 10 milionów rocznie, co nie miało miejsca dotąd w historii krakowskiego portu lotniczego, jak i wszystkich regionalnych portów w Polsce. Wydaje się, że nic nie jest w stanie zakłócić stabilnego poziomu wzrostu przyjazdowego ruchu turystycznego, mimo trwającej już ponad dwa i pół roku wojny w sąsiedniej Ukrainie.

W tej w miarę stabilizującej się rzeczywistości Małopolska Organizacja Turystyczna przystępuje do realizacji corocznych zadań promocyjnych. Wśród nich znaleźć można organizację wizyt studyjnych dla dziennikarzy i touroperatorów z całego świata, prezentację oferty turystycznej regionu podczas wybranych krajowych i zagranicznych targów turystycznych lub misji gospodarczych. W ramach Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej zaplanowano okresową certyfikację małopolskich punktów IT, coroczne szkolenie oraz ocenę stanu oznakowania turystycznego regionu. Pobyt gości uatrakcyjnią wydarzenia z udziałem Balonu Małopolska i Campera Małopolskiego jak 3. Odlotowa Małopolska lub koncerty: Księżycowe Granie i Muzyka Zakłęta w Drewnie. Wraz z Polską Organizacją Turystyczną i Województwem Małopolskim organizowane są konkursy Turystyczne Skarby Małopolski i Najlepszy Produkt Turystyczny - Certyfikat POT, przyczyniając się do zwiększenia rozpoznawalności ciekawych atrakcji turystycznych regionu. Szczególne działania promocyjne zaplanowane są również wobec takich grup jak: mieszkańcy Czech, Słowacji, Węgier i Zatoki Perskiej, młodzieży (Poznaj Region) czy też turystów zmotoryzowanych (Otwarty Szlak Architektury Drewnianej). Kontynuowane są prace nad projektem budowy schronisk w ramach zadania Na górskich szlakach Małopolski czy też prace przygotowawcze do obchodów 1000-lecia pierwszej koronacji króla polskiego zaplanowanych w 2025 r. Wszystkie działania promocyjne MOT będą miały oprawę medialną w mediach społecznościowych oraz tradycyjnych (TVP, TVN, POLSAT, RMF FM), a efekty tych działań będą na bieżąco monitorowane w ramach badania podażowych i ruchu turystycznego w Małopolsce i Krakowie.

Plan pracy MOT na 2024

1.1. Współpraca z telewizją POLSAT i TVP oraz radiem RMF FM

1.1.1. Sanatorium Miłości w TVP 2

Kultowy program Sanatorium Miłości po raz pierwszy nagrywany w Małopolsce, dzięki inicjatywie Małopolskiej Organizacji Turystycznej! TVP2 pojawiło się z kamerami w Uzdrowisku Krynica-Żegiestów na kilka tygodni, by pokazać miłosne perypetie uczestników widzom z całej Polski.

Sanatorium Miłości to program rozrywkowy typu reality show, prowadzony przez Martę Manowską, w którym kilkunastu bohaterów przyjeżdża na wyjątkowy i pełen emocji turnus w uzdrowisku. Oprócz lokalnych atrakcji oraz relaksu i leczniczych zabiegów, na uczestników czekają niebanalne randki, strzały amora i co za tym idzie miłosne potyczki. To program, który inspirował seniorów do korzystania z dobrodziejstw sanatoriów i aktywnego spędzania czasu, bo przecież wiek, to tylko liczba.

10 marca wyemitowany został premierowy odcinek 6. sezonu Sanatorium Miłości. Przez kolejne 10 tygodni cała Polska żyła losami bohaterów programu i miała okazję bliżej i lepiej poznać piękną Sudecczyznę. W programie zostało pokazanych wiele małopolskich akcentów, które zainicjowaliśmy. Między innymi z naszej inicjatywy pokazaliśmy nasz balon Małopolska Zaprasza, Winnicę Gródek, Stadninę Koni Huculskich "Gładyszów" w Regietowie, Cerkiew pw. św. Kosmy i Damiana w Tyliczu oraz Cerkiew św. Paraskewy w Kwiatoniu. Oprócz tego pokazane zostały Lotnisko w Łososinie Dolnej, tor saneczkowy w Krynicy-Zdrój, Muzeum Nikifora, Góra Parkowa, Źródłko Miłości oraz Kolej Gondolowa na Jaworzynie Krynicką. Były także małopolskie korale, w których dumnie prezentowała się kuracjuszka Janina oraz wiele lotniczych zdjęć pokazujących krynickie i beskidzkie krajobrazy.

Średnio każdy odcinek oglądało 2 000 000 osób w paśmie głównym, a odcinki pojawiały się także w TVP Polonia oraz Rozrywka. Co ważne, emisja programu wpłynęła bezpośrednio na zainteresowanie Uzdrowiskiem Krynica-Żegiestów, co podkreślił prezes obiektu niedługo po emisji pierwszych odcinków.

1.1.2. Konkurs Miss Polonia

Małopolska jest piękna, a w czerwcu tego piękna w naszym regionie było jeszcze więcej, bo gościliśmy uczestniczki najstarszego konkursu piękności w kraju - Miss Polonia! Dzięki współpracy z Małopolską Organizacją Turystyczną finalistki 95. konkursu MISS Polonia miały wyjątkową okazję zwiedzić piękną Małopolskę w niezapomniany sposób. Finalistki brały udział w zgrupowaniu w Zakopanem. To właśnie w tym czasie mogły odwiedzić wiele urokliwych miejsc Małopolski, tj. Pieniński Park Narodowy oglądany z perspektywy sptywu Dunajcem, podziwiać Tatrzański Park Narodowy wraz z jego dziedzictwem przyrodniczym i kulturowym np. dzięki możliwej wizycie finalistek w Bacówce Józefa Słodyczki na Wyżniej Kirze Miętusiej

Plan pracy MOT na 2024

w Dolinie Kościeliskiej, gdzie poznaty zasady produkcji oscypka, czy zwiedzać Małopolskę z „lotu ptaka” w ramach zorganizowanych przelotów balonami.

Wszystkie wycieczki finalistek po Małopolsce zostały zrelacjonowane na profilach konkursu. Ponadto powstał felieton, który został wyemitowany 28 czerwca br. podczas jubileuszowej 95. Gali Finałowej Miss Polonia 2024.

Gala była transmitowana na antenie TVP2 i TVP Polonia i była liderem oglądalności w rynku telewizyjnym wśród anten tak zwanej "wielkiej czwórki" TVP1, TVP2, TVN i POLSATU. Oglądalność wyniosła ok. 1 100 000 widzów.

1.1.3. Wejścia pogodowe w Polsat i Polsat News – Turystycznie z Polsat News

W zimowy weekend 3 i 4 lutego współpracowaliśmy z telewizją Polsat przy wejściach pogodowych na żywo do Polsat i Polsat News. Program nazywa się „Turystycznie z Polsat News” i jest przerywnikiem „Wydarzeń”. Pierwszego dnia z kamerami odwiedziliśmy Centrum Narciarskie Master Ski w Tyliczu, a rozmówcami byli Prezes MOT - Grzegorz Biedroń oraz właściciel stacji - Bartłomiej Miejski. Natomiast kolejnego dnia byliśmy u stóp Jaworzyny Krynickiej, gdzie wypowiadał się ratownik Grupy Krynickiej GOPR oraz menadżer stacji Tomasz Pasieka. Łącznie zrealizowano 16 wejść pogodowych, w tym 4 merytoryczne rozmowy emitowane w paśmie Polsatu i Polsatu News. Było to zaproszenie na ferie oraz na zimowy wypoczynek do Małopolski.

1.1.4. Bilet do Małopolski – Misja zima z RMF FM

W okresie od 3 do 18 lutego 2024 roku prowadziliśmy kampanię, której celem był promocja zimowej Małopolski w nawiązaniu do haseł: *Daj się ugościć zimą w Małopolsce, Daj się ugościć w zimowej Małopolsce, Zachwyć się szczytem gościnności; Zachwyć się górą wrażeń, Poczuj gorącą atmosferę nawet w mroźne dni.*

W ramach akcji zorganizowaliśmy 2 edycje specjalnych wyjazdów autobusów do dwóch różnych miejsc w Małopolsce - Zakopanego i Krynicy-Zdrój. Skibusy były od góry do dołu oklejone grafikami akcji, do których został wykorzystany symbol Zakopanego – biały miś. Zwycięzcy zostali wyłonieni w konkursie na stronie RMF FM, a nagrodą oprócz samego przejazdu był 2-dniowy pobyt z wyżywieniem w hotelach: Radisson Blu w Zakopanem oraz Panorama Resort&Spa w Krynicy-Zdroju. Akcja miała szerokie wsparcie medialne zarówno na antenie RMF FM, jak też w social mediach stacji. W sumie w akcji wzięło udział około 180 osób. 10 lutego wyruszyły 3 autokary z Łodzi, Rzeszowa i Gliwic w stronę Zakopanego, zaś 17 lutego do Krynicy-Zdrój zawieźliśmy słuchaczy radia RMFM FM z Oświęcimia, Ostrowa Świętokrzyskiego i Kielc. W każdym autokarze jechały gwiazdy muzyczne RMF FM oraz jeden z dziennikarzy radia, jako kapitan drużyny. Wśród gwiazd znalazły się m.in. Viki Gabor, Dominik Dudek, Stanisław Karpiel-Bułecka. Po drodze uczestnicy mieli do wykonania zabawne zadania, za które otrzymywali punkty. Drużyna, która zdobyła w danym tygodniu najwięcej punktów,

Plan pracy MOT na 2024

wygrywała nagrodę na miejscu. Droga do Zakopanego i Krynicy Zdroju była relacjonowana na antenie i w social mediach.

W niedziele (11 i 18 lutego) na stokach w naszych zimowych miasteczkach na Polanie Szymoszkowej i Słotwiny Arena Ski&BikePark były organizowane zimowe miasteczka, do których m.in. zapraszaliśmy przedstawicieli GOPR, którzy opowiadali o bezpieczeństwie podczas zimowych aktywności, odbywał się live cooking regionalnych potraw z Mikołajem Reyem i Jurkiem Sobieniakiem. Były też inne atrakcje dla uczestników w postaci gorącej czekolady, gier i zabaw, animacji, gadżetów i DJ. Całe miasteczko było obrandowane grafikami akcji „Misja zima” i dostępne dla narciarzy jeżdżących na stokach narciarskich.

Całe wydarzenie było także dokumentowane przez fotografów i operatorów video. Galerie zdjęć każdorazowo pojawiały się w mediach społecznościowych organizatorów oraz partnerów. Akcja „Daj się ugościć w Małopolsce! Misja Zima” nie tylko zachęciła do odwiedzenia regionu w trakcie ferii zimowych, ale także zapewniła niezapomniane przeżycia i spotkania, integrując uczestników z różnych części Polski.

Audycje, spoty i ogłoszenia kampanii „Daj się ugościć w Małopolsce! Misja zima” dotarły do 16 milionów słuchaczy radia RMF FM! Blisko połowa Polaków choć raz usłyszała o naszej zimowej kampanii.

1.1.5. Małopolska Aktywnie Zimą

„Małopolska Aktywnie Zimą” to nowy pomysł internetowego magazynu narciarskiego, który skupia się na prezentacji szerokiej oferty turystycznej zimowej Małopolski. Głównym założeniem było pokazanie regionu od strony aktywnej, kulturowej, rekreacyjnej i kulinarnej. „Małopolska Aktywnie Zimą” to zaproszenie do Małopolski na ferie zimowe oraz zimowy wypoczynek. W każdym odcinku magazynu pokazywany był inny rejon Małopolski, np. Beskid Niski, Beskid Wyspowy, Tatry, Podhale, a atrakcje były mocno zróżnicowane. Oprócz stacji narciarskich pokazywane były centra narciarstwa biegowego, wycieczki skiturowe, obiekty na Szlaku Architektury Drewnianej, obiekty gastronomiczne oferujące kuchnię regionalną oraz inne atrakcje turystyczne. Każdemu z miejsc towarzyszy wypowiedź przedstawiciela obiektu. W styczniu i lutym na Facebook’u Małopolskiej Organizacji Turystycznej zostało opublikowanych 8 kilkunastominutowych odcinków magazynu, w każdy piątek o godzinie 18:00. Pierwszy odcinek został wyemitowany 5 stycznia 2024 roku. Dodatkowo magazyn zapowiadał krótkie 15-sekundowe rolki, będące skrótem i jednocześnie zapowiedzią odcinków. Magazyn „Małopolska Aktywnie Zimą” można znaleźć na Facebooku, Instagramie i YouTube Małopolskiej Organizacji Turystycznej, portalach turystycznych, Facebooku Odkryj Małopolskę, oraz stronie visitmalopolska.pl. Odcinki były też dodatkowo promowane za pośrednictwem Facebooka, aby trafiły do odpowiednich grup odbiorców. W sumie odcinki „Małopolska Aktywnie zimą” na samym FB MOT zostały wyświetlone 6 913 000 razy.

Małopolska Aktywnie Zimą w „pigułce”:

Plan pracy MOT na 2024

- 20 stacji narciarskich: Długa Polana, Czarny Groń, PKL Mosorny Groń, Centrum Narciarskie Master-Ski, Jaworzyna Krynicka i Słotwiny Arena Ski & Bike Park, Białka Tatrzańska - Kotelnica Białczańska, Bania Ski & Fun w Terma Bania, Kaniówka Ski Resort, Horników Wierch, Stacja Narciarska "RUSIŃ-SKI", Kasina Ski&Bike Park, Stacja Narciarska - Laskowa-Ski i Limanowa-Ski. Witów-Ski, PKL Kasprowy Wierch, Jurgów Ski - stacja narciarska, Czorsztyn-ski Kluszkowce, PKL Palenica i Magura Ski Park.
- 12 zimowych (i nie tylko) aktywności i innych atrakcji: Centrum Narciarstwa Biegowego Gorce Klikuszowa, trasa "Śladami Olimpijczyków" na Turbacz, Centrum Przyrodniczo-Edukacyjne Brama w Gorce, EnergyLandia i Winter Kingdom, skitoury w Tatrach, Trasy wokół góry Mogielica, Muzeum Motorowerów Moped Retro w Kasinie Wielkiej, wieża widokowa na Kamionnej, Śnieżne trasy przez lasy, CSZ Ptaszkowa, kuligi i łemkowskie specjalty w Stadninie Koni Huculskich Gładyszów.

Celem magazynu „Małopolska Aktywnie Zimą” było zwiększenie zainteresowania przyjazdem turystów krajowych w okresie zimowym, a co za tym idzie wzrost wpływów z gospodarki turystycznej. To także możliwość pokazania Małopolski jako lidera turystyki zimowej w całym kraju.

1.2. Działania promocyjne MOT w sieci

W roku 2024 Małopolska Organizacja Turystyczna kontynuuje intensywną działalność promocyjną w sieci. Na dzień 27 września 2024 roku 43 000 osób lubi profil MOT na Facebooku, a liczba osób obserwujących stronę wzrosła do 48 000. Prowadzimy również profil Małopolskiej Organizacji Turystycznej na Instagramie oraz, w imieniu Województwa Małopolskiego, media społecznościowe Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej MSIT: stronę „Odkryj Małopolskę” na Facebooku obserwuje ponad 53 000 użytkowników, na Instagramie ponad 10 300.

W mediach społecznościowych Małopolskiej Organizacji Turystycznej na bieżąco informujemy o działaniach MOT, prezentujemy efekty wizyt studyjnych dla dziennikarzy i touroperatorów, zaznaczamy obecność na targach turystycznych i relacjonujemy wyjazdy promocyjne Campera Małopolskiego oraz organizowane wydarzenia, również te, z udziałem Balonu Małopolska. Podajemy także informacje o małopolskich atrakcjach turystycznych i wydarzeniach, głównie tych, związanych z Członkami MOT. W styczniu i lutym na Facebook’u Małopolskiej Organizacji Turystycznej w każdy piątek o godzinie 18:00 publikowaliśmy kolejne odcinki magazynu „Małopolska Aktywnie Zimą”, które zostały wyświetlone łącznie 6 913 000 razy. Relacjonowaliśmy również wydarzenia w ramach projektu "Daj się ugościć w Małopolsce! Misja Zima". Od marca do maja zapowiadaliśmy kolejne odcinki „Sanatorium Miłości”, zwracając uwagę na małopolskie atrakcje turystyczne, które były pokazywane w poszczególnych odcinkach.

Plan pracy MOT na 2024

W 2024 roku Małopolska Organizacja Turystyczna administruje i prowadzi redakcję następujących stron internetowych:

- Województwo Małopolskie: www.visitmalopolska.pl (działanie realizowane w ramach projektu pn. Utrzymanie trwałości projektu m_MSIT – mobilny Małopolskie System Informacji Turystycznej i jego rozwój),
- Małopolska Organizacja Turystyczna: www.mot.krakow.pl,
- Szlak Architektury Drewnianej: www.drewniana.malopolska.pl,

oraz profili na następujących portalach społecznościowych:

Facebook:

- Profil MSIT „Odkryj Małopolskę”: www.facebook.com/MSIT.OdkryjMalopolske (działanie realizowane w ramach projektu pn. Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej),
- Profil Małopolskiej Organizacji Turystycznej: www.facebook.com/mot.krakow,
- Profil Szlaku Architektury Drewnianej: www.facebook.com/drewniana.malopolska,

Instagram:

- Profil MSIT „Odkryj Małopolskę”: www.instagram.com/odkryj_malopolske/ (działanie realizowane w ramach projektu pn. Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej),
- Profil MOT: https://www.instagram.com/malopolska_mot/ - ostatnio przekroczyliśmy liczbę 1 000 obserwujących,

a także:

YouTube:

- Profil Małopolskiej Organizacji Turystycznej.

1.3. Turystyczne Skarby Małopolski

Turystyczne Skarby Małopolski to konkurs na najlepsze oferty i produkty turystyczne Województwa Małopolskiego. Ideą konkursu jest wyłonienie i nagrodzenie najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turysty goszczącego w Małopolsce przedsięwzięć i inicjatyw, dzięki którym Województwo Małopolskie jest najchętniej odwiedzanym polskim regionem. Celem konkursu jest jednak nie tylko promocja małopolskich skarbów, ale również podniesienie jakości usług turystycznych oraz zainspirowanie samorządów i branży turystycznej do podejmowania kolejnych działań w regionie, który każdego roku przyciąga miliony turystów.

19 sierpnia 2024 roku ruszyła szósta edycja konkursu Województwa Małopolskiego. 4 września zakończył się pierwszy etap konkursu, w którym można było zgłaszać konkursowe kandydaty w 6 kategoriach:

- Miejsce z klimatem,
- Najciekawszy szlak turystyczny,
- Dzieje się – wyjątkowe wydarzenie turystyczne,
- Unikatowa Atrakcja Turystyczna,

Plan pracy MOT na 2024

- Sielskie klimaty – wypoczynek na wsi,
- W gościnie – oferta kulinarna.

Turystyczne Skarby Małopolski podpowiadają, gdzie wyjechać na weekend lub na dłużej, czego posmakować i spróbować oraz jakie trasy wybrać, aby w najbardziej udany sposób spędzić czas w Małopolsce. To konkurs dla tych wszystkich, których esencją życia jest odkrywanie, odwiedzanie, poznawanie i wędrowanie, ale także przyjmowanie i goszczenie. I to w miejscach nie do końca oczywistych, a niekiedy dość zaskakujących. Tylko w ten sposób do małopolskiej korony turystycznej mogą dołączyć kolejne perły, peretki i diamenty. W gronie kandydatów do miana Turystycznego Skarbu Małopolski znalazły się wyjątkowo atrakcyjne i malownicze gminy i miejscowości, oferujące wiele niespodzianek i niezapomnianych wrażeń szlaki turystyczne, liczne wydarzenia turystyczne, kulturalne i sportowe, unikatowe atrakcje, miejsca gdzie można wypocząć blisko natury, a także te gdzie warto spróbować wyśmienitych potraw i produktów regionalnych. Do drugiego etapu, w którym każdy może zdecydować kto w tym roku zasłuży na tytuł Turystycznego Skarbu Małopolski, zostało zakwalifikowanych 145 kandydatur, w tym wiele podmiotów współpracujących z Małopolską Organizacją Turystyczną. Głosowanie rozpoczęło się 16 września 2024 roku i potrwa do 4 października 2024 roku. Laureatów i wyróżnionych w konkursie wybiorą osoby głosujące i Kapituła. Uroczyste ogłoszenie wyników Konkursu oraz wręczenie nagród laureatom odbędzie się najpóźniej do dnia 31 grudnia 2024 roku.

Laureat kategorii Miejsce z klimatem (miejscowość lub gmina turystyczna), otrzyma nagrodę pieniężną w wysokości 100 000,00 zł, którą będzie mogła przeznaczyć na rozwój swojego potencjału turystycznego. Wszyscy laureaci otrzymają pamiątkowe statuetki i staną się bohaterami dedykowanej kampanii promocyjnej realizowanej przez współorganizatora Konkursu – Małopolską Organizację Turystyczną.

2. Projekty

2.1. Wizyty studyjne dla dziennikarzy i touroperatorów

W ramach współpracy z m.in. z Polską Organizacją Turystyczną, Zagranicznymi Ośrodkami, Urzędem Miasta Krakowa, Polskimi Kolejami Linowymi, Kopalnią Soli Wieliczka, Polskim Stowarzyszeniem Flisaków Pienińskich, branżą turystyczną i jednostkami samorządu terytorialnego, Małopolska Organizacja Turystyczna w 2024 roku dotychczas zorganizowała 55 wizyt studyjnych dla 244 dziennikarzy i touroperatorów z 27 krajów. Zaplanowano też już kolejne wizyty dla dziennikarzy i touroperatorów. Wizyty realizujemy na bieżąco (zgodnie z potrzebami i oczekiwaniami POT i ZOPOT).

Lp.	Kraj	Data wizyty	Ilość osób	Nazwa redakcji/TV
				nazwa firmy/organizacji
1	Niemcy	03.01.2024	2	wizyta przedstawicieli Turyngii w Małopolsce

Plan pracy MOT na 2024

2	Indie	26.01.2024	3	blogerka z rodziną, https://travel.bhushavali.com/
3	Węgry	29.01-01.02.2024	2	dziennikarze narciarscy
4	Szwecja	30.01-4.02.2024	2	magazyn „Allt om Resor”, szwedzki dziennik „Dagens Nyheter”.
5	Niemcy	13-15.02.2024	1	portal www.kulinariker.de
6	ZEA	14.02.2024	1	przedstawiciel linii lotniczych Air Arabia
7	Francja	09-12.03.2024	2	touoperator PLANETE PRODUCTION
8	Francja	24-25.03.2024	11	touoperatorzy PARTIR
9	Włochy	28.03.2024	5	radni z Włoch, regionu Lacjum
10	Polska	03-06.04.2024	7	zespół biura Poland Tour (Warszawa)
11	Belgia	03.04.2024	17	touoperatorzy (otwarcie ponowne Brussels Airlines)
12	Izrael	13-15.04.2024	6	influencerzy
13	ZEA	14-17.04.2024	7	touoperator
14	Izrael	15-16.04.2024	3	linie lotnicze Sundor
15	Austria	20-24.04.2024	2	Reiselust
16	Korea Płd.	06-10.05.2024	2	Telewizja
17	Albania	07-10.05.2024	9	Dziennikarze
18	Szwajcaria	08-11.05.2024	1	Touring
19	Ameryka Południowa	11-13.05.2024	12	liderzy MICE z Ameryki Łacińskiej, współorganizacja z Mazurkas
20	Litwa	17-20.05.2024	10	Baltic Tours, Daiva Tomaševičienė
21	Katar	20-22.05.2024	2	Katarzyna Dmoch, Bożena Czaja
22	Słowenia	23-25.05.2024	1	Andrej Vršič - Jeruzalem Slovenija
23	Holandia	23.05-3.06.2024	2	Blogerka Bunch of Backpackers
24	Węgry	31.05-02.06.2024	5	www.telex.hu , www.turistamagazin.hu , www.mozgasvilag.hu
25	Norwegia	01-04.06.2024	1	Runar Larsen dziennikarz
26	Włochy	03-06.06.2024	1	dziennikarze
27	ZEA	05-08.06.2024	2	touoperator
28	UK	09-12.06.2024	2	https://www.instagram.com/toniahope_/
29	UK	09-11.06.2024	1	Daily Express online, Reach PLC

Plan pracy MOT na 2024

30	Czechy	10-19.06.2024	2	Cyclotrazy/ Neklidne Nohy
31	Niemcy	11-18.06.2024	1	Thorsten Brönnner, www.thorstenbroenner.de
32	Włochy	12.06.2024	2	Torino Magazine
33	Irlandia	13.06.2024	1	Galway City, Connacht Tribune
34	Hiszpania	13-15.06.2024	2	Begona Novillo, Maria Luisa
35	ZEA	15.06.2024	40	wizyta branżowa
36	Niemcy	17.06.2024	5	Bayerische Rundfunk
37	Niemcy	20-29.06.2025	6	ARD-Sendung „Wunderschön“
38	Japonia	23-25.06.2024	9	touroperatorzy
39	UK	24.06.2024	2	Jewish Chronicle
40	Włochy	27-29.06.2024	1	dziennikarka Rosa Stella Branza, Panorama
41	UK	28-30.06.2024	2	Sophie Varney
42	Izrael	28-29.06.2024	2	The Jerusalem Post travel edition
43	UK	29.06.2024	1	Simon Collins
44	ZEA	29-30.06.2024	8	Touropreatorzy
45	USA	17.07.2024	2	Flood Magazine, Thrillist, Men's Journal, Under the Radar Magazine
46	USA	26-30.07.2024	3	(Travel & Leisure, AFAR, Fodor's Travel, Viator, Yahoo, Business Insider, USA Today, the Huffington Post, the Washington Post).
47	ZEA	09.08.2024	12	touroperatorzy
48	Kuwejt	16-19.08.2024	2	influencerka i właścicielka biura podróży
49	Indie	17-19.08.2024	1	Dziennikarka Sonia
50	USA	19-22.08.2024	3	przedstawiciele biura Pleasant Holidays
51	Niemcy	19-23.08.2024	8	"Dziennik Sächsische Zeitung Magazin Reisen Exclusiv
52	Francja	27-28.08.2024	1	CAPEA touropreator
53	Węgry	02-04.09.2024	2	Portal www.mozgasvilag.hu
54	Dania	04.09.2024	1	Jyllands-Posten
55	Różne kraje	05.09.2024	3	uczestnicy konferencji organizowanej przez KCB
56	Włochy	16-20.09.2024	2	Motoescape

Plan pracy MOT na 2024

57	Holandia	28-29.09.2024	20	touropreatorzy De Jong Intra
58	UK	9-12.12.2024	2	Jewish Telegraph

2.2. Targi turystyczne

Targi turystyczne (7 targów zagranicznych i 4 krajowe) zrealizowane i planowane do realizacji w 2024 roku przez Małopolską Organizację Turystyczną.

Targi zagraniczne	
18-21.01.2024 r.	MATKA w Helsinkach
24-28.01.2024 r.	FITUR w Madrycie
23-25.02.2024 r.	Fiets en Wandelbeurs w Utrechcie
28.02-03.03.2024 r.	BTL w Lizbonie
5-7.03.2024 r.	ITB w Berlinie
6-9.05.2024 r.	Arabian Travel Market w Dubaju
5-7.11.2024 r.	WTM Londyn
Targi krajowe	
22-24.03.2024 r.	Targi Turystyki i Czasu Wolnego we Wrocławiu
11-12.05.2024 r.	Piknik nad Odrą w Szczecinie
4-6.10.2024 r.	Tour Salon w Poznaniu
21-23.11.2024 r.	ITTF w Warszawie

Podczas targów zagranicznych MOT współpracował z Miastem Kraków, natomiast współwystawcami podczas targów krajowych były takie podmioty jak: Polskie Stowarzyszenie Flisaków Pienińskich, Miasto Kraków, Tarnowskie Centrum Informacji oraz Gmina Niedźwiedź.

2.3. Koncerty

W 2024 roku zostały zrealizowane następujące koncerty:

- 23 sierpnia - koncert z cyklu „Księżycowe Granie” w Bacówce Bartne. W ramach koncertu wystąpił zespół Somethingski Trio, które jest projektem wokalisty, kompozytora i multiinstrumentalisty Nikodema Soszyńskiego, znanego między innymi z zespołu Freeborn Brothers, z którym zagrał setki, jeśli nie tysiące koncertów w wielu miejscach w Europie i na świecie. Zespół występuje w składzie: Nikodem Soszyński -

Plan pracy MOT na 2024

wokal, banjo, instrumenty perkusyjne; Adam Dragan - altówka, skrzypce; Krzysiek Pasieka - gitara basowa, kontrabas;

- 31 sierpnia - koncert uświetniający otwarcie Kompleksu Rekreacyjnego w Szerzynch. Podczas wydarzenia zagrał zespół Maanam Tribute Band. Maanam Tribute Band to niezapomniana podróż z Agą Bieńkowską i zespołem przez „Boskie Buenos” po „Krakowski spleen”, zatopienie się w utworze „Szał niebieskich ciał” i wykrzyknięcie „O co tyle hałasu?!”. Agnieszka Bieńkowska to wszechstronna artystka, aktorka wielokrotnie nagradzana za swoje sceniczne osiągnięcia, która swoje serce oddała scenie i estradzie;
- 22 września - koncert z cyklu „Muzyka Zaklęta w Drewnie” w Muzeum Biograficznym Władysława Orkana „Orkanówka” w Porębie Wielkiej. Drewniana willa, zbudowana w latach 1903–06, w stylu nawiązującym do zakopiańskiego, była scenerią koncertu zespołu Falochron, wykonującego muzykę z nieokreślonego jednoznacznie gatunku przestrzennej poezji śpiewanej z elementami swobodnego jazzu, bluesa oraz słyszalnymi wpływami muzyki filmowej i klasycznej.

2.4. Na górskich szlakach Małopolski

W ramach Programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021-2027 w trybie niekonkurencyjnym przygotowywany jest projekt „Na górskich szlakach Małopolski”, którego celem jest wsparcie rozwoju gospodarki turystycznej w Karpatach poprzez stworzenie dogodnych warunków do wędrowania oraz poznawania walorów kulturowych i przyrodniczych przez turystów poprzez rewitalizację i sieciowe zagospodarowanie infrastruktury turystycznej Głównego Szlaku Beskidzkiego w Małopolsce i terenów oddziaływania.

Obszar realizacji projektu: <https://mapymalopolski.pl/app/mapa/miip/gsb/>.

Termin realizacji projektu: 01.01.2024 r. - 31.12.2028 r.

Projekt przygotowywany jest w partnerstwie: Małopolska Organizacja Turystyczna (Lider), Województwo Małopolskie, Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, Gmina Ochotnica Dolna, Gmina Sękowa, Gorczański Park Narodowy, Babiogórski Park Narodowy, Lasy Państwowe (9 Nadleśnictw: Piwniczna, Limanowa, Nawojowa, Myślenice, Stary Sącz, Łosie, Krościenko, Gorlice, Nowy Targ oraz w partnerstwie merytorycznym/koordynacyjnym z Regionalną Dyrekcją Lasów Państwowych w Krakowie).

W ramach realizacji projektu planowane są następujące zadania:

1. Oznakowanie i doposażenie w infrastrukturę turystyczną obszaru małopolskiego odcinka Głównego Szlaku Beskidzkiego i terenów oddziaływania.

Działania realizowane w ramach zadania obejmować będą w szczególności:

- uporządkowanie, w tym reorganizację i oznakowanie, (posadowienie nowego oznakowania i/lub uzupełnienie i wymiana istniejącego oznakowania) turystycznych szlaków pieszych, w obszarze małopolskiego odcinka Głównego Szlaku

Plan pracy MOT na 2024

Beskidzkiego (w szczególności główna oś szlaku, szlaki łącznikowe, szlaki dochodzące),

- wykonanie elementów małej infrastruktury turystycznej, m.in. stanowisk drogowskazowych i tablic informacyjnych (wykonanie nowych elementów i/lub uzupełnienie i wymiana istniejących), map, punktów/miejsc odpoczynku dla turystów, np. wiat, ławek, stołów, punktów widokowych, wieży widokowej,
- zaprojektowanie oraz wytyczenie, remont szlaków/ścieżek/tras tematycznych uzupełniających ofertę turystyczną obszaru małopolskiego odcinka GSB,
- rozwój cyfrowych narzędzi zarządzania i udostępniania informacji o szlakach,
- zadanie planowane jest do realizacji we współpracy z PTTK, gminami, parkami narodowymi oraz Lasami Państwowymi.

2. Budowa/rozbudowa schronisk turystycznych

Zadanie zakłada budowę/rozbudowę dwóch schronisk turystycznych PTTK, które poprawią jakość podróżowania po małopolskim odcinku Głównego Szlaku Beskidzkiego, tj.: schroniska na Lubaniu oraz schroniska na Magurze Małastowskiej:

- **Schronisko na Lubaniu**

Pasmem Lubania w Gorcach przebiega Główny Szlak Beskidzki „wyznakowany kolorem czerwonym”, gdzie na trasie od Krościenka nad Dunajcem do Turbacza (ok. 11 godzin marszu) nie ma obiektów stałych pozwalających na nocleg, wypoczynek, czy też schronienie. W 1937 roku na tej trasie, na Samorodach pod szczytem Lubania (1 211 m n.p.m.) wybudowano schronisko, które w 1944 roku zostało przez oddziały niemieckie spalone. W latach 1973-1976 PTTK wybudowało na Polanie Wyrobki, nieco poniżej szczytu Lubania, małe schronisko górskie, które w 1978 roku całkowicie spłonęło. Zatem wybudowanie schroniska turystycznego na Lubaniu będzie kontynuacją schroniskowej tradycji Lubania zainicjowanej w 1937 roku przez Tatrzańskie Towarzystwo Narciarzy. Inwestycja przyczyni się do racjonalizacji ruchu turystycznego, zmniejszając presję turystów na inne cenne przyrodniczo obszary. Catoroczny, usytuowany w partii szczytowej pasma obiekt będzie także punktem obserwacyjnym, jego personel będzie mógł wspomagać administrację leśną w sygnalizowaniu zagrożeń, w tym pożarowych i związanych z dewastacją środowiska;

- **Schronisko na Magurze Małastowskiej**

Schronisko PTTK Magura Małastowska im. Stanisława Gabryela to schronisko kultowe, owiane wspomnieniami, które niestety nie przypomina dziś dawnego obiektu, znanego z archiwalnych zdjęć. Obecnie jest nieczynne, ukryte w dzikich ostępach Beskidu Niskiego – budynek dawnego schroniska znajduje się w północno-zachodniej części Beskidu Niskiego, pod szczytem Magury Małastowskiej na wysokości 721 m n.p.m. Pierwsze schronisko turystyczne PTTK w tej części Beskidu powstało dzięki staraniom Stanisława Gabryela. Budowę schroniska rozpoczęto w 1954 roku przy użyciu drewna z rozbieranych domów

Plan pracy MOT na 2024

temkowskich w Gładyszowie i Zdyni. Prace budowlane prowadziła brygada cieśli z Zakopanego pod kierownictwem Franciszka Giewonta i zostały ukończone w rekordowym czasie 4 miesiące. Schronisko zostało otwarte 6 marca 1955 roku. W kolejnych latach obiekt został rozbudowany o węzeł sanitarny oraz doprowadzono do niego energię elektryczną. W latach 80. XX wieku PTTK planowało rozbudowę schroniska, jednak te zamierzenia nie zostały wówczas zrealizowane. Schronisko było przez kilka lat remontowane, gdyż nie spełniało stawianych mu wymogów. Ostatecznie, obiekt został zamknięty w 2021 roku. Planowana przebudowa obiektu ma pozwolić na dostosowanie go do potrzeb turystów w XXI w.

3. Budowa systemu schronów turystycznych (zwanymi też schowkami/ostojami)

Koncepcja budowy schronów turystycznych stanowi nowy nieinwazyjny model rozwoju infrastruktury turystycznej, wpisującej się w model mikroturystyki i model sieciowych produktów turystycznych. Projekt zakłada, aby schron turystyczny stał się nową ofertą dla turystów oczekujących możliwości wędrowki i poznawania przyrody, kultury w sposób najbardziej zrównoważony ekologicznie, w sposób minimalizujący wpływ na przyrodę. Tak, aby jak największa część trasy odbywała się po ścieżkach odseparowanych od ruchu kołowego. Koncepcja budowy systemu schronów łączy ze sobą ochronę dziedzictwa kulturowego, ochronę zasobów przyrody i krajobrazu z rozwojem specjalistycznej turystyki kwalifikowanej w oparciu o innowacyjne podejście do infrastruktury turystycznej w bardzo wrażliwym na zmiany miejscu przyrodniczo cennym.

Obszar Małopolskiego odcinka Głównego Szlaku Beskidzkiego i tereny oddziaływania (m.in. główna oś szlaku, szlaki łącznikowe, dochodzące) są doskonałym terenem dla rozwoju tego typu infrastruktury. Obszar ten posiadając wybitne walory przyrodnicze i krajobrazowe jest wciąż słabo zagospodarowany turystycznie. Istnieje zatem potrzeba rozwoju brakującej infrastruktury turystycznej. Schrony mają być obiektami samoobsługowymi dla osób wędrujących indywidualnie lub w małych grupach po szlakach turystycznych i dla osób zainteresowanych spędzeniem czasu w przyrodzie (wędrowka, przeżycia estetyczne, edukacja terenowa, leśne przedszkola, wycieczki turystyczne z przewodnikami i miłośnikami turystyki górskiej, edukatorami itp.), jak również ma dać odpoczynek i schronienie w warunkach trudnych. Zakłada się, że planowane obiekty będą bezobsługowe, bez zaplecza gastronomicznego.

Zadanie planowane jest do realizacji we współpracy z parkami narodowymi, gminami oraz Lasami Państwowymi.

Koszty projektu brutto (PLN)

Całkowita wartość projektu ok. 40 685 282,07 zł

Wartość kosztów kwalifikowanych 35 971 941,18 zł

Wartość i % poziom dofinansowania UE (85%) 30 576 150,00 zł / (7 100 000,00 euro)

Wartość i % poziom wkładu własnego (15%) 5 395 791,18 zł

Plan pracy MOT na 2024

Planowany termin naboru wniosku o dofinansowanie: 18.11.2024 r. – 18.12.2024 r.

Priorytet 5 Fundusze europejskie wspierające infrastrukturę społeczną, Działanie 5.18 Regionalna oferta turystyczna, Typ projektu A Małopolski Szlak Beskidzki (projekt niekonkurencyjny).

2.5. Małopolska Cel Podróży

W pierwszych czterech miesiącach 2024 roku trwały intensywne prace nad rozliczeniem projektu „Małopolska – cel podróży”, realizowanego przez Małopolską Organizację Turystyczną w partnerstwie z Województwem Małopolskim i Miastem Kraków od 1 listopada 2020 roku do 31 grudnia 2023 roku.

Projekt, decyzją Zarządu Województwa Małopolskiego, uzyskał dofinansowanie w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020, 3 Oś Priorytetowa Przedsiębiorcza Małopolska, Działanie 3.3. Umędzynarodowienie Małopolskiej Gospodarki, Poddziałanie 3.3.1. Promocja gospodarcza Małopolski. 15 grudnia 2020 roku Zarząd Województwa Małopolskiego zdecydował o dofinansowaniu projektu w kwocie: 8 000 000,00 zł. 25 stycznia 2022 roku Zarząd Województwa Małopolskiego zdecydował o przeznaczeniu dodatkowych środków na realizację projektu w kwocie: 8 000 000,00 zł i wydłużeniu realizacji projektu do 31 grudnia 2023 roku. 30 grudnia 2022 roku został podpisany aneks dla projektu, w którym zwiększono jego budżet o kolejne 8 000 000,00 zł. W sumie budżet projektu zamknął się w kwocie 24 000 000,00 zł. Dodatkowe fundusze zostały przeznaczone na zrealizowanie kampanii promocyjnej na rynku krajowym w 2023 roku.

„Małopolska – cel podróży” to projekt, który łączył wysiłki Partnerów (Małopolska Organizacja Turystyczna – Lider Projektu oraz Miasto Kraków i Województwo Małopolskie – Partnerzy) na rzecz stworzenia jednej, spójnej kampanii promocyjnej służącej odbudowie zagranicznego ruchu turystycznego z rynków Wysp Brytyjskich i Niemiec, Włoch, Austrii, Szwajcarii, krajów skandynawskich oraz USA adresowanej do segmentów potencjalnych turystów w przedziale wiekowym 25-50 lat oraz sektora MICE na rynku globalnym.

Celami szczegółowymi projektu były:

- podniesienie zainteresowania bogatą ofertą turystyczną Małopolski i Krakowa oraz pobudzenie potrzeby wyjazdu do Małopolski wśród mieszkańców Niemiec, Wysp Brytyjskich, Austrii i Szwajcarii, krajów skandynawskich, USA i Włoch;
- kreowanie pozytywnego wizerunku Małopolski jako miejsca gwarantującego różnorodność doświadczeń turystycznych, wysoką jakość oferty turystycznej poprzez promocję dziedzictwa kulturowego, kulinarnego, oferty turystyki aktywnej, w tym rowerowej oraz oferty wellness i spa;
- zwiększenie rozpoznawalności Małopolski i Krakowa zagranicą jako atrakcyjnego miejsca do organizacji międzynarodowych konferencji, kongresów i spotkań biznesowych, konkurencyjnego wobec innych miast tej części Europy. Promocja oferty dla klienta biznesowego rozumiana jest jako promocja infrastruktury regionu oraz

Plan pracy MOT na 2024

przedsiębiorstw zajmujących się profesjonalną organizacją kongresów i konferencji (firmy PCO) oraz podróży motywacyjnych (firmy DMC).

W ramach projektu została przygotowana i zrealizowana kampania promocyjna o charakterze wizerunkowo-produktowym na rynkach międzynarodowych, strategicznych dla przyjazdów turystycznych do Małopolski i Krakowa jako odpowiedź na kryzys na rynku turystycznym Małopolski z uwagi na COVID-19, w szczególności drastyczny spadek zagranicznych podróży turystycznych do Krakowa i Małopolski, i co za tym idzie bardzo trudne położenie branży turystycznej w województwie małopolskim (będącej znaczącą gałęzią gospodarki regionalnej). Kampania zakładała znaczące wsparcie w ożywianiu i stymulowaniu na nowo ruchu turystycznego w Małopolsce i Krakowie, a tym samym wznawianie koniunktury na produkty i usługi branży turystycznej.

MOT koordynował całość działań, przygotował koncepcję kreatywną kampanii, zrealizował działania PR i e-PR oraz content marketing, stworzył landing page oraz media społecznościowe, a także grafiki i serię filmów reklamowych. Ponadto MOT na bieżąco pozyskiwał zdjęcia oraz zajmował się organizacją wyjazdowych misji dla przedstawicieli branży turystycznej i akcjami ambientowymi.

Województwo Małopolskie przeprowadziło kampanię wizerunkową w 2022 i 2023 roku w oparciu o sieć wyszukiwania Google, sieć reklamową Google i sieć YouTube, GDN, systemy i narzędzia powiązane (np. E-mailing, kampania w aplikacjach, Video online), na portalach rezerwacyjnych oraz stronach linii lotniczych. Działania były ukierunkowane na odbiorców spędzających w Małopolsce czas wolny.

Miasto Kraków przeprowadziło kampanię reklamową zorientowaną na branżę MICE poprzez: działania promocyjne w prasie i w Internecie w zagranicznych mediach branżowych, reklamę natywną podpartą kampanią banerową w zagranicznych mediach opiniotwórczych, kampanie odstonowe i adwords w Internecie, działania promocyjne w mediach Krakow Convention Bureau (FB, Instagram YouTube, pozycjonowanie strony www), produkcję wirtualnych spacerów, materiałów multimedialnych prezentujących sylwetki tzw. Ambasadorów Krakowa i Małopolski, udział w międzynarodowych targach turystyki biznesowej.

8 marca 2021 roku została podpisana umowa o dofinansowanie z Małopolskim Centrum Przedsiębiorczości, na podstawie której rozpoczęto realizację projektu. W pierwszej fazie przygotowano brief komunikacyjno-marketingowy, koncepcję kreatywną kampanii oraz przygotowano materiały, które były wykorzystywane w działaniach promocyjnych, m.in. spoty czy grafiki. Następnie w latach 2021, 2022 i 2023 zostało zorganizowanych 10 misji gospodarczych oraz zrealizowano 17 wydarzeń typu ambient marketing. Były to odpowiednio:

Misje gospodarcze:

- misja gospodarcza do Wielkiej Brytanii – 1-4.11.2021 roku,
- misja gospodarcza do Wielkiej Brytanii – 31.01-3.02.2022 roku,
- misja gospodarcza do Niemiec – 21-24.03.2022 roku,

Plan pracy MOT na 2024

- misja gospodarcza do Niemiec – 9-12.05.2022 roku,
- misja gospodarcza do Wielkiej Brytanii – 6-9.11.2022 roku,
- misja gospodarcza do Norwegii – 11-13.01.2023 roku,
- misja gospodarcza do Niemiec – 21-23.03.2023 roku,
- misja gospodarcza z Włoch – 26-29.09.2023 roku,
- misja gospodarcza do Austrii – 16-18.10.2023 roku,
- misja gospodarcza do Szwecji – 8-10.11.2023 roku.

Wydarzenia typu ambient marketing:

- Larino, Włochy – 4.06.2022 roku,
- Toskania, Włochy – 21-24.07.2022 roku,
- Düsseldorf, Niemcy – 27-28.08.2022 roku,
- Nowy Jork, USA – 2.10.2022 roku,
- Zurych i Salzburg, Szwajcaria i Austria – 30.01-08.02.2023 roku,
- Miami, USA – 9-12.02.2023 roku,
- Herning, Dania – 22-28.02.2023 roku,
- Berlin, Niemcy – 7-9.03.2023 roku,
- Wiedeń, Austria – 15-16.04.2023 roku,
- trasa centralna (Niemcy, Austria, Szwajcaria, Włochy) – 17-25.04.2023 roku,
- Oslo, Norwegia – 3.05.2023 roku,
- Sztokholm, Szwecja – 12.05.2023 roku,
- trasa nordycka (Dania, Norwegia, Szwecja) – 8-19.05.2023 roku,
- Chicago, USA – 14-16.09.2023 roku,
- Berlin, Niemcy – 5.10.2023 roku,
- Londyn, Wielka Brytania - 2.11.2023 roku,
- Londyn, Wielka Brytania - 7.11.2023 roku.

Stworzone zostały social media projektu w języku niemieckim i angielskim (Facebook, Instagram i YouTube) oraz landing page (www.wideopen.travel). Dodatkowo przygotowano szereg grafik dedykowanych danemu segmentowi projektu. Grafiki powstały w języku angielskim i niemieckim, a przy okazji poszerzeniu projektu stworzono wersję włoską oraz polską grafik. Ich zakres poszerzono też o dedykowane projekty w tematyce zimowej oraz dodatkowe projekty graficzne. Przy okazji drugiego poszerzenia projektu przygotowano także polskie wersje spotów promocyjnych.

W ramach rozszerzenia projektu „Małopolska – cel podróży” o działania promocyjne na rynku krajowym zadania objęły przeprowadzenie ogólnopolskiej czterolecznej kampanii promocyjnej w mediach z wykorzystaniem stacji telewizyjnych i radiowych. Zgodnie z zasadami i dobrą praktyką, parametry zaplanowanych działań medialnych oparte zostały o media plan, przygotowany w trakcie realizacji projektu przez podmiot zewnętrzny. W ramach realizacji kampanii medialnej zakupiony został czas antenowy i audycje od dostawców audiowizualnych i radiowych usług medialnych. Ponadto w ramach działań związanych z dostosowaniem kampanii zagranicznej na rynek polski niezbędne były działania w zakresie przygotowania

Plan pracy MOT na 2024

spolszczonych wersji spotów dostosowanych do wymagań telewizyjnych oraz przygotowania zimowych wersji spotów i key visual. Jednym z najważniejszych elementów kampanii był gest otwartych dłoni, który podkreślał hasło kampanii: „Daj się ugościć. Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę”.

Podczas realizowanej kampanii medialnej od 1 maja do 22 grudnia 2023 roku na antenach największych polskich stacji telewizyjnych: TVP (oraz kanały tematyczne), POLSAT (oraz kanały tematyczne) i TVN (oraz TVN7, TVN24) emitowane były spoty podkreślające bogactwo oferty turystycznej Małopolski i Krakowa. W stacji Polsat i jej kanałach tematycznych wyemitowano łącznie 9 615 spotów, w TVP oraz kanałach tematycznych stacji zrealizowano łącznie 2 540 spotów, w TVN (oraz TVN7, TVN24) wyemitowano łącznie 332 spoty, w serwisie vod/player zrealizowano 1 007 252 emisji spotów. Podczas trwania kampanii zrealizowano łącznie w największych polskich stacjach telewizyjnych 1 019 739 emisji spotów (15 i 30 sekundowych), przedstawiających walory turystyczne w oparciu o 5 kluczowych segmentów turystyki regionu: turystyki kulturowej, turystyki aktywnej, turystyki wellness i spa, turystyki kulinarnej oraz turystyki biznesowej. Kampania wzmocniona była również działaniami marketingowymi w Internecie i mediach społecznościowych. Szeroko zakrojona kampania medialna miała szansę dotrzeć do większości Polaków. Oglądające je osoby mogły poczuć, że właśnie w Małopolsce i jej stolicy przeżyją niezwykłą przygodę na łonie przyrody, zachwycą się arcydziełami sztuki i architektury oraz poczują niepowtarzalne smaki. Temu przekazowi towarzyszyły obrazy malowniczych szlaków, najpiękniejszych zabytków, lokalnych specjałów i kojących zabiegów zdrowotnych i kosmetycznych.

Ponadto w stacjach telewizyjnych prowadzona była szeroka kampania promocyjna w ramach programów i audycji telewizyjnych o wysokiej oglądalności wraz z oprawą w Internecie oraz mediach społecznościowych. W TVP w porannym programie „Pytanie na Śniadanie” od stycznia do końca października zrealizowano 17 emisji programu z wejściami pogodowymi oraz felietonami prosto z ciekawych miejsc oraz interesujących wydarzeń w Małopolsce. W ramach porannego pasma śniadaniowego w sobotnie poranki odkrywano były wyjątkowe miejsca, byliśmy obecni podczas największych imprez i poznaliśmy wielu interesujących ludzi. Podpowiadaliśmy też, gdzie wybrać się na weekend lub na dłużej, czego posmakować i spróbować, jakie trasy rowerowe i narciarskie wybrać, aby w najbardziej udany sposób spędzić czas w Małopolsce.

Lista wejść pogodowych „Pytania na Śniadanie”:

- 14.01.2023 - Centrum Szkoleń Narciarskich i Snowboardowych Nosal,
- 21.01.2023 - Centrum narciarstwa Master Ski Tylicz,
- 28.01.2023 - stacja narciarska Witów-Ski,
- 4.02.2023 - Mogielica,
- 11.02.2023 - Stacja Narciarska na Wierchu Rusińskim - RUSIŃ-SKI,
- 18.02.2023 - Kraków Rynek Główny,
- 25.02.2023 - Słotwiny Arena,
- 29.04.2023 - Ojcowski Park Narodowy,

Plan pracy MOT na 2024

- 6.05.2023 - Przystań Flisacka w Sromowcach Niżnych,
- 13.05.2023 - Fort Borek Kraków,
- 20.05.2023 - Ośrodek Rekreacyjny Balaton w Trzebini,
- 27.05.2023 - Muzeum Lotnictwa Polskiego Kraków,
- 3.06.2023 - Bulwary wiślane w okolicy Wawelu i Kino Kijów (Parada Smoków),
- 16.09.2023 - Muzeum Małopolski Zachodniej i Zamek Lipowiec (Juromania),
- 23.09.2023 - Kraków Stary Kleparz, Żywe Muzeum Obwarzanka, Dom pod Globusem,
- 30.09.2023 - Muszyna Ogrody Sensoryczne i Tematyczne, zamek, ratusz, rynek (jarmark muszyński),
- 07.10.2023 - Centrum Przyrodniczo-Edukacyjne Brama w Gorce.

W stacji TVN w ramach działań promocyjnych można było podziwiać region i jego stolicę w dużych formatach programu „MasterChef – Wielkie Grillowanie” oraz „MasterChef” (łącznie 3 odcinki). Francuski restaurator i juror w programie Michel Moran wraz z całą ekipą przyjechali do Krakowa, aby pokazać uroki królewskiego miasta. Stolicę Małopolski promowaliśmy również w porannych programach: „Dzień dobry TVN!” (3 wejścia pogodowe) oraz „Dzień dobry Wakacje” (2 weekendowe studia plenerowe z wywiadami na żywo, felietonami, wejściami pogodowymi, wejściami w ramach kącika kulinarnego). Kraków i Małopolska były obecne także w turystycznym programie „Polska na weekend” (2 audycje), prowadzonych przez znakomitych dziennikarzy Jakuba Poradę oraz Magdę Adamowicz. Tak szeroka kampania pozwoliła dotrzeć z zaproszeniem do Krakowa i Małopolski do Polaków w całym kraju.

Lista wejść pogodowych "Dzień dobry TVN" i "Dzień dobry Wakacje":

- 3.06.2023 - Kraków: Szlak kobiet Krakowa „Krakowianki”,
- 8-9.07.2023 - Kraków: studio Bulwary Wiślane okolice Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha, pogoda Park Lotników Polskich w Krakowie – Krakowskie Malediwy, felietony - Muzeum Fotograficzne w Krakowie MUFO, Wystawa Tetmajera w Pałacu Krzysztofory, Park W. Szyborskiej i mural na ul. Rajskiej, Ogród Zoologiczny, Ogród Botaniczny, Ogród Doświadczeń, Błonia, Lasek Wolski; kuchnia Barka na Wiśle,
- 5-6.08.2023 - Kraków: studio i kuchnia Centrum Kongresowe ICE, felietony: Stary Kleparz, Restauracja ul. Filipa, Skwer Judah, Bulwary Wiślane, Międzynarodowe Centrum Kultury, aleja Róż, Bastion „Kleparz”, Fort „Borek”, Fort „Kościeszko”,
- 13.08.2023 - Kraków: Krakowska Linia Muzealna Zajezdnia Tramwajowa Nowa Huta.

MasterChef:

- 14 i 21.05.2023, (powtórki maj-czerwiec) Kraków Zakrzówek,
- 24.09.2023, (powtórka 30 września) Kraków pod Wawelem - Plac wielkiej armii Napoleona.

Polska na weekend:

Plan pracy MOT na 2024

- 23 września 2023 (powtórka 24 września) Szlak Architektury Drewnianej (cerkiew i kościoły wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO): Kwiatów, Dębno Podhalańskie, Lipnica Murowana oraz Velo Dunajec, sptyw Dunajcem, uzdrowisko Wysowa Zdrój, zamek Kmitów i Lubomirskich w Wiśniczu,
- 14 października 2023 (15 października) Kraków „city break”: Rynek Główny, Stary Kleparz, kopiec Krakusa, Sukiennice, Muzeum Inżynierii i Techniki, Bazylika ojców Franciszkanów, Muzeum Witrażu, Muzeum Czartoryskich.

W ramach kampanii promocyjnej z wykorzystaniem radia byliśmy obecni na antenie radia RMF FM, we współpracy z którym poprzez niestandardowe działania promocyjne zabraliśmy słuchaczy z całej Polski na wakacje do regionu. W czerwcu i lipcu na tory wyjechały 4 wakacyjne pociągi do różnych części Małopolski:

- 24 czerwca: **Gdynia Główna** – Działdowo – Warszawa Wschodnia – Łódź Widzew – **Kraków Główny**;
- 8 lipca: **Warszawa Wschodnia** – Kielce – Kraków Główny – Tarnów – **Nowy Sącz**;
- 22 lipca: **Poznań Główny** – Ostrów Wielkopolski – Katowice – Kraków Główny – **Zator**;
- 29 lipca: **Wrocław Główny** – Opole Główne – Gliwice – Katowice – Kraków Główny – **Tarnów**.

Na słuchaczy czekały liczne atrakcje, świetna muzyka i wyjątkowi goście zarówno podczas samej trasy, jak i w miejscach docelowych. W pociągach można było natknąć się na gwiazdy telewizji, osobistości z pierwszych stron gazet, a także sportowców i influencerów, którzy na co dzień aktywnie uczestniczą w mediach społecznościowych m.in.: Blanka, Golec uOrkiestra, Danzel, Gromee i Sara Chmiel, Blue Café, Natalia Nykiel, Red Lips, Oscar Cyms, Dominik Dudek, Anastazja Maciąg, Stan Zapalny, Natalia Zastępa, Chvost i Paulina Bisztyga oraz Big Band Małopolski. Wśród gości specjalnych warto wymienić także m.in. mistrza świata trików piłkarskich Krzysztofa Golonkę, kandydatki na Miss Polski oraz kandydatów na Miss i Misterów Supranational 2023, trenerki Martę Kruk i Natalię Damek, iluzjonistę Just Edi Show, dziennikarkę i ekspertkę do spraw gastronomii i żywienia Katarzynę Bosacką, biegaczkę górską Natalię Tomasiak, przewodniczkę turystyczną Babę z Gór czy sommelierkę Martę Pańską, znaną jako Dziewczyna z butelką wina.

Bilety na przejazdy pociągami można było zdobyć w ogólnopolskim konkursie organizowanym przez RMF FM (do udziału w akcji zgłosiło się łącznie 1089 osób). Każdy przejazd stał się niezapomnianym przeżyciem dla kilkuset osób, które wsiadły na pokład (blisko pół tysiąca słuchaczy). W ramach popularyzacji akcji wakacyjnych pociągów do Małopolski zrealizowano 59 wejść antenowych (audycji) z odniesieniami do kampanii, w których pojawiały się m.in. odwołania do Małopolski i Krakowa jako celu podróży, atrakcji turystycznych regionu oraz odwołania do hasła kampanii. Promocja została wzmocniona poprzez produkcję 4 wersji spotów radiowych i ich emisję na antenie RMF FM w czerwcu i lipcu. Zrealizowano 109 emisji spotów radiowych 40 sekundowych. Kampania promocyjna dotarła ze swoim zasięgiem do ponad 31 mln. osób. Dodatkowo działania promocyjne zostały wzmocnione w serwisie internetowym RMFon, gdzie wyemitowano 160 spotów 40

Plan pracy MOT na 2024

sekundowych, zachęcając do odwiedzenia Krakowa i odkrycia Małopolski. Ponadto wydarzenie „Wakacyjne pociągi do Małopolski” miało priorytetowe wsparcie w serwisach informacyjnych RMF FM; w Faktach RMF FM pojawiło się w sumie ponad 70 różnych informacji na temat akcji. Kilkanaście dodatkowych informacji pojawiło się także w internetowym Radio RMF24.

Dla każdego z miast i regionów, gdzie składy zatrzymywały się, opracowano dedykowaną komunikację PR, którą regularnie przesyłano, informując dziennikarzy oraz mieszkańców o planowanym zatrzymaniu wakacyjnego pociągu Małopolskiej Organizacji Turystycznej i RMF FM o konkretnej godzinie na danej stacji. Dzięki takiemu podejściu udało się znacząco wzmocnić ostateczny przekaz akcji i zdobyć liczne materiały zapowiadające przejazdy, a także przedstawiające relacje z postojów, które dotarły do mediów na całym terenie Polski. Te informacje promocyjne trafiły do lokalnych czytelników i słuchaczy, co znacząco przyczyniło się do skutecznej promocji. Oprócz tego zachęcano szerokie grono słuchaczy do zainteresowania się atrakcjami turystycznymi Małopolski w kanałach internetowych RMF FM, gdzie wygenerowano ok. 2 mln odston, dotarto poprzez social media do ok. 1,5 mln osób. Według raportu Instytutu Monitorowania Mediów ekwiwalent reklamowy kampanii wyniósł 11,1 mln zł netto. Łączna liczba kontaktów z komunikatem kampanii to 138 mln.

Wszystkie działania projektowe zostały zrealizowane i zakończone z dniem 31 grudnia 2023 roku. W grudniu 2023 roku odbyła się kontrola projektu zrealizowana przez Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości. Kontrolowane były między innymi dokumenty księgowo objęte próbą zespołu realizacji, w tym np. faktury, rachunki, listy płac i inne wraz z księgowaniami. Weryfikowana była również realizacja całego zakresu rzeczowego projektu, tj. sprawdzana była dokumentacja fotograficzna, raporty z realizacji poszczególnych wydarzeń, wystąpień, targów branżowych, misji gospodarczych, dokumentacja potwierdzająca realizację działań promocyjnych i kampanii reklamowych, itp. W ramach uzupełnień do kontroli zobowiązano nas i naszego Partnera, GMK, do dostarczenia dokumentacji/wyjaśnień dot. wykazu zamówień i rekrutacji uczestników na wybrane wydarzenia. Wszystkie uzupełnienia zostały przesłane w terminie. Końcem marca br. zespół kontrolujący stwierdził: realizację projektu (w zakresie objętym kontrolą) za zgodną z umową o dofinansowanie. Prace nad rozliczeniem projektu, zakończyły się sukcesem 17 kwietnia 2024 roku. Projekt został rozliczony oraz zamknięty.

2.6. Małopolski System Informacji Turystycznej

W 2024 roku Małopolska Organizacja Turystyczna kontynuuje realizację zadań w ramach Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej na lata 2023-2024. W trakcie trwania projektu zadania zostały podzielone na 2 zadania:

1. **Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Sytemu Informacji Turystycznej** na łączną kwotę 2 640 800,00 zł (1 320 400,00 zł na rok 2023 i 1 320 400,00 zł na 2024 rok).
W ramach tego działania Małopolska Organizacja Turystyczna realizuje następujące działania:
 - a) **Aktualizacja i przygotowanie wydawnictw do druku w tym w 2024 roku:**

Plan pracy MOT na 2024

- „Małopolska, Kraków. Katalog atrakcji turystycznych” (wersja: polska, angielska, niemiecka, rosyjska, francuska, włoska, hiszpańska, słowacka),
- „Małopolska, Trasa Światowego Dziedzictwa UNESCO” (wersja: polska, angielska, niemiecka, włoska, hiszpańska, francuska, rosyjska),
- „Małopolska, Szlak Architektury Drewnianej” (wersja: polska, angielska, niemiecka, włoska, hiszpańska, francuska),
- „Mapa turystyczna Województwa Małopolskiego” (wersja: polska, angielska),
- „Małopolska, Na rowery. Wkręć się” (wersja polska, angielska),
- Mapki wydzieranki:
 - Beskid Sadecki i Niski, Pogórze Rożnowskie i Ciężkowickie,
 - Beskid Żywiecki, Mały, Makowski i Orawa,
 - Tatry, Podhale, Pieniny, Gorce,
 - Kraków i Jura Krakowsko-Częstochowska,
 - Tarnów i Pogórze Ciężkowickie,
 - Oświęcim i okolice (z planem Wadowic),
 - Oświęcim i okolice (z planem Oświęcimia).

b) Zakup zdjęć na potrzeby wydawnictw

c) Druk wydawnictw i mapy Województwa Małopolskiego w ilościach:

- **Małopolska, Kraków. Katalog atrakcji turystycznych** 22 690 egz. z podziałem na:
 - wersja polska: 11 000 egz.,
 - wersja angielska: 6 200 egz.,
 - wersja niemiecka: 2 950 egz.,
 - wersja francuska: 1 220 egz.,
 - wersja słowacka: 1 320 egz.
- **Małopolska. Szlak Architektury Drewnianej** 14 150 egz. z podziałem na:
 - wersja polska: 8 750, egz.,
 - wersja angielska: 5 400, egz.
- **Małopolska. Aktywnie latem:** wersja polsko-angielska: 5 775 egz.
- **Małopolska. Małopolska Trasa Światowego Dziedzictwa UNESCO** 14 500 egz. z podziałem na:
 - wersja polska: 8 800 egz.,
 - wersja angielska: 5 700 egz.
- **Małopolska. Wkręć się.:** wersja polska: 5 460 egz.

Razem: 62 575 egz.

• **Mapy wydzieranki:**

- Beskid Sadecki i Niski, Pogórze Rożnowskie i Ciężkowickie: **51 bloczków**,
- Beskid Żywiecki, Mały, Makowski i Orawa: **33 bloczki**,
- Tatry, Podhale, Pieniny, Gorce: **102 bloczki**,
- Kraków i Jura Krakowsko-Częstochowska: **63 bloczki**,
- Tarnów i Pogórze Ciężkowicki: **26 bloczki**.

Razem: 341 bloczków

Plan pracy MOT na 2024

d) Materiały promocyjne (gadżety) w ilości:

- dla szerokiego grona odbiorców
 - torba bawełniana 6 000 szt.,
 - kubek metalowy z karabińczykiem 6 000 szt.
- dla wąskiego grona odbiorców
 - torba na rower w ilości 500 szt.

e) Realizacja kampanii promocyjnej w tym:

- artykuły sponsorowane w prasie branżowej (Wiadomości Turystyczne, Nowa Turystyka, Rynek Turystyczny),
- 15 sekundowy film promocyjny na wybranych stacjach PKP w Polsce oraz w Pradze i Ostrawie a także na lotniskach we Wrocławiu i Katowicach,
- Artykuły sponsorowane w serwisach Polska Press (min. Gazeta Krakowska, Gazeta Wyborcza),
- Artykuły sponsorowane w prasie np. Travel Magazine, All Inclusive, Świat, Podróże Kultura,
- Współpraca w temacie tygodnia z portalem WPROST.pl.

f) Działania promocyjne w mediach społecznościowych w tym:

- Przygotowywanie postów,
- Przygotowywanie krótkich filmów tzw. rolek.

W IV kwartale planowana jest aktualizacja wydawnictwa „Małopolska, aktywnie zimą”.

2. Utrzymanie trwałości projektu m_MSIT – mobilny Małopolskie System Informacji Turystycznej i jego rozwój na łączną kwotę na lata 2023-2024 1 650 000,00 zł (800 000,00 zł na 2023 rok oraz 850 000,00 zł na 2024 rok), w ramach którego realizowane będą takie zadania jak:

a) Zarządzanie regionalnym portalem w tym powołanie zespołu redakcyjnego, który dba o publikację wartościowych treści oraz aktualizację artykułów i wizytówek. Skład zespołu redakcyjnego w 2024 roku kształtuje się następująco:

- Marek Długopolski – redaktor naczelny,
- Magdalen Delkowska – copywriter portalu,
- Małgorzata Biskup – redaktor portalu,
- Łukasz Gliński – redaktor portalu.

b) Optymalizacja i pozycjonowanie portalu visitmalopolska.pl

c) Działania promocyjne portalu visitmalopolska.pl oraz aplikacji, w tym:

- Google Ads,
- Facebook Ads,
- Działania display na portalu onet.pl w sekcji podróże.

Realizacja poszczególnych działań ma na celu przedstawienie potencjału turystycznego Województwa Małopolskiego turystom z kraju i zagranicy. Zadania realizowane w ramach obu projektów mają na celu wzmocnienie koniunktury na usługi, zachęcanie turystów do odwiedzania Małopolski, a także wzmocnienie marki jaką jest Małopolska i Małopolski System

Plan pracy MOT na 2024

Informacji Turystycznej jak również zakorzenie jej w przestrzeni turystycznej jako miejsca, gdzie turysta otrzyma rzetelną i kompleksową informację.

Zadania zostaną zrealizowane przy współpracy z punktami informacji turystycznej w ramach MSIT, lokalnymi organizacjami turystycznymi, blogerami, przewodnikami turystycznymi oraz innymi, którzy mogą mieć znaczenie przy ich prawidłowej realizacji.

Adresatami projektu MSIT są turyści odwiedzający Województwo Małopolskie – krajowi, zagraniczni oraz mieszkańcy regionu. Obecnie system zrzessa 29 punkty IT w całej Małopolsce w tym 3 punkty InfoKraków).

Lista Punktów Informacji Turystycznej MIST

ANDRYCHÓW

Rynek 14, 34-120 Andrychów
+48 33 842 99 36
it.andrychow@msit.malopolska.pl
moskit-andrychow.eu

+48 33 432 25 83 wew. 500
rynek13@kety.pl
kety.pl, facebook.com/Rynek13

BIECZ

Rynek 1, 38-340 Biecz
+48 13 440 68 60
it.biecz@msit.malopolska.pl
biecz.pl

KRAKÓW

Dworzec Autobusowy MDA
ul. Bosacka 18, 31-505 Kraków
+48 570 080 220
informacjaturystyczna@mda.malopolska.pl

BOCHNIA

ul. Oracka 4, 32-700 Bochnia
+ 48 784 303 179
it.bochnia@msit.malopolska.pl
bochnia.eu

Sieć InfoKraków, infokrakow.pl

tel. +48 12 307 21 13

InfoKraków,

ul. św. Jana 2, 31-018 Kraków
+48 533 826 409
jana@infokrakow.pl

BUKOWNO

ul. Spacerowa 1, 32-332 Bukowno
+48 500 485 883, +48 32 642 11 04
tramp@mosirbukowno.pl
mosirbukowno.pl

InfoKraków,

ul. Szpitalna 25, 31-024 Kraków
+48 533 818 291
szpitalna@infokrakow.pl

InfoKraków Pawilon Wyspiańskiego,

pl. Wszystkich Świętych 2, 31-004 Kraków
+48 501 238 632
kontakt@krakowstory.pl

CHRZANÓW

ul. Władysława Broniewskiego 10C, 32-500
Chrzanów
+48 32 763 27 49
pit@mbp.chrzanow.pl
mbp.chrzanow.pl

KROŚCIENKO NAD DUNAJCEM

ul. Rynek 32, 34-450 Krościenko nad Dunajcem
+48 571 253 737
promocja@ckipkroscienko.pl
ckipkroscienko.pl

KĘTY

Rynek 13, 32-650 Kęty

KRYNICA ZDRÓJ

ul. Zdrojowa 15, 33-380 Krynica-Zdrój

Plan pracy MOT na 2024

+48 18 472 55 77

it.krynica-zdroj@msit.malopolska.pl
krynica-zdroj.pl

LIMANOWA

Rynek 25, 34-600 Limanowa
+48 18 337 58 00

it.limanowa@msit.malopolska.pl
powiat.limanowski.pl

MIECHÓW

pl. Kościuszki 1a, 32-200 Miechów
+48 41 383 13 11

it.miechow@msit.malopolska.pl
miechow.eu, ckis.miechow.eu/msit

MUSZYNA

Rynek 34, 33-370 Muszyna
+48 18 534 91 61

cit@muszyna.pl
muszyna.pl

NOWY SĄCZ

ul. Szwedzka 2, 33-300 Nowy Sącz
+48 18 444 24 22

cit@nowysacz.pl
cit.nowysacz.pl, ziemiasadecka.info

NOWY TARG

Rynek 1, 34-400 Nowy Targ
+48 18 266 30 36

it.nowy-targ@msit.malopolska.pl
it.nowytarg.pl

OCHOTNICA GÓRNA

Osiedle Ustrzyk 388, 34-453 Ochotnica Górna
+48 18 262 41 39

it.ochotnica-dolna@msit.malopolska.pl
ssm.ochotnica.pl

OLKUSZ

Rynek 4, 32-300 Olkusz
+48 32 642 19 26

it.olkusz@msit.malopolska.pl
umig.olkusz.pl, olkusz.eu

OŚWIĘCIM

ul. Więźniów Oświęcimia 55, 32-600 Oświęcim
+48 885 843 472; +48 33 843 00 91

it.oswiecim@msit.malopolska.pl
it.oswiecim.pl

POGORZYCE

ul. Karola Szymanowskiego 47A/7, 32-501
Pogorzycze

+48 32 343 43 60

it.chrzanow@msit.malopolska.pl
mbp.chrzanow.pl

RABKA ZDRÓJ

ul. Orkana 27, 34-700 Rabka-Zdrój
+48 18 267 74 49

it@rabka.pl
gmina.rabka.pl/informator_turystyczny

SUCHA BESKIDZKA

ul. Zamkowa 1, 34-200 Sucha Beskidzka
+48 33 874 26 05 wew. 21

it.sucha-beskidzka@msit.malopolska.pl
it@sucha-beskidzka.pl
zameksucha.pl/it/

TARNÓW

Rynek 7, 33-100 Tarnów
+48 14 688 90 90

it.tarnow@msit.malopolska.pl,
centrum@tarnow.travel
tarnow.travel

TUCHÓW

ul. Chopina 10, 33-170 Tuchów
+48 14 652 54 36

it.tuchow@msit.malopolska.pl
dktuchow.pl

WADOWICE

ul. Kościelna 4, 34-100 Wadowice
+48 33 873 23 65

it.wadowice@msit.malopolska.pl,
biuro@it.wadowice.pl
it.wadowice.pl

Plan pracy MOT na 2024

WIELICZKA

ul. Dembowskiego 7A, 32-020 Wieliczka
+48 573 336 950
pit@wieliczka.eu
wck.wieliczka.eu

it.wisniowa@msit.malopolska.pl
wisniowa.malopolska.pl

ZAKOPANE

ul. Chramcówki 35, 34-500 Zakopane
48 18 201 22 11
it.zakopane@msit.malopolska.pl
zakopane.pl

WIŚNIOWA

Wiśniowa 301, 32-412 Wiśniowa
+48 12 271 44 93

2.7. Małopolska Meeting & Travel

Rok 2024 Małopolska Organizacja Turystyczna rozpoczęła otrzymaniem środków z Województwa Małopolskiego w ramach otwartego konkursu ofert na dofinansowanie zadań publicznych Województwa Małopolskiego w dziedzinie turystyki i krajoznawstwa w 2024 roku pn. "Małopolska Gościńska – I edycja" dzięki którym, do końca 2024, realizowany jest projekt Małopolska Meeting&Travel.

W projekcie zaplanowano i w większości już zrealizowano następujące zadania:

- **kampania z radiem RMF**

Podczas ferii zimowych zorganizowano akcję pod hasłem „Bilet do Małopolski - Misja zima”. Na antenie radia RMF przeprowadzono konkurs którego zwycięzcy w ramach wygranej otrzymywali 3-dniowy pobyt z wyżywieniem w hotelu Radisson Blu Hotel & Residences w Zakopanem lub w Panoramie Resort & Spa w Krynicy-Zdrój. W soboty -10 lutego wyruszyły 3 autokary z wygranymi z Łodzi, Rzeszowa i Gliwic, zaś 17 lutego wyruszyły także 3 autokary z Oświęcimia, Ostrowa Świętokrzyskiego i Kielc. W każdym autokarze było ok. 30 osób, trasy prowadziły do dwóch miast Małopolski - do Zakopanego(1. tydzień) i Krynicy Zdroju (2. tydzień), gdzie uczestnicy spędzili zimowy weekend. W każdym autokarze jechał jeden z dziennikarzy RMF FM, jako kapitan drużyny. Po drodze uczestnicy mieli do wykonania zabawne zadania, za które otrzymywali punkty. Drużyna, która zdobyła w danym tygodniu najwięcej punktów, wygrywała symboliczną nagrodę na miejscu. Droga do Zakopanego i Krynicy Zdroju była relacjonowana na antenie i w socialmediach.

W niedziele (11 i 18 lutego) na stokach w zimowych miasteczkach na Polanie Szymoszkowej i Słotwiny Arena Ski& BikePark były organizowane mini eventy, do których m.innymi zapraszano przedstawicieli GOPR, którzy opowiadali o bezpieczeństwie podczas zimowych aktywności. Całej akcji towarzyszyła szeroka oprawa medialna w radiu RMF FM, portalach informacyjnych i mediach społecznościowych – zapowiedzi, relacje z podróży i zimowych miasteczek oraz wypowiedzi z przedstawicielami Województwa Małopolskiego, którzy zapraszali do Małopolski w sezonie zimowym i opowiadali o największych walorach Regionu.

- **Wejścia pogodowe w Polsat i Polsat News – Turystycznie z Polsat News**

Plan pracy MOT na 2024

3 i 4 lutego finansowaliśmy wejścia pogodowe na żywo do Polsat i Polsat News, których tematyką była zima i ferie w Małopolsce. Program nazywa się „Turystycznie z Polsat News” i jest przerywnikiem „Wydarzeń”. Pierwszego dnia z kamerami odwiedziliśmy Centrum Narciarskie Master Ski w Tyliczu, a rozmówcami byli Prezes MOT - Grzegorz Biedroń oraz właściciel stacji - Bartłomiej Miejski. Natomiast kolejnego dnia byliśmy u stóp Jaworzyny Krynickiej, gdzie wypowiadał się ratownik Grupy Krynickiej GOPR oraz menadżer stacji Tomasz Pasieka. Łącznie zrealizowano 16 wejść pogodowych, w tym 4 merytoryczne rozmowy emitowane w paśmie Polsatu i Polsatu News.

- **„Małopolska Aktywnie Zimą”**

„Małopolska Aktywnie Zimą” to magazyn narciarski, który skupia się na prezentacji szerokiej oferty turystycznej zimowej Małopolski. Głównym założeniem było pokazanie regionu od strony aktywnej, kulturowej, rekreacyjnej i kulinarnej. „Małopolska Aktywnie Zimą” to zaproszenie do Małopolski na ferie zimowe oraz zimowy wypoczynek. W każdym odcinku magazynu pokazywany był inny rejon Małopolski, np. Beskid Niski, Beskid Wyspowy, Tatry, Podhale, a atrakcje są mocno zróżnicowane. Oprócz stacji narciarskich pokazywane były centra narciarstwa biegowego, wycieczki skiturowe, obiekty na Szlaku Architektury Drewnianej, obiekty gastronomiczne oferujące kuchnię regionalną oraz inne atrakcje turystyczne. Każdemu z miejsc towarzyszy wypowiedź przedstawiciela obiektu. W styczniu i lutym na Facebook’u Małopolskiej Organizacji Turystycznej zostało opublikowanych 8 kilkuminutowych odcinków magazynu, w każdy piątek o godzinie 18:00. Pierwszy odcinek został wyemitowany 5 stycznia 2024 roku. Dodatkowo, magazyn zapowiadały krótkie 15-sekundowe rolki, będące skrótem i jednocześnie zapowiedzią odcinków. Magazyn „Małopolska Aktywnie Zimą” można znaleźć na Facebooku, Instagramie i YouTube Małopolskiej Organizacji Turystycznej, portalach turystycznych, Facebooku Odkryj Małopolskę, oraz stronie visitmalopolska.pl. Odcinki były też dodatkowo promowane za pośrednictwem Facebooka, aby trafiły do odpowiednich grup odbiorców. Celem magazynu „Małopolska Aktywnie Zimą” było zwiększenie zainteresowania przyjazdem turystów krajowych w okresie zimowym, a co za tym idzie wzrost wpływów z gospodarki turystycznej. To także możliwość pokazania Małopolski jako lidera turystyki zimowej w całym kraju.

- **III Małopolski Festiwal Balonowy Odlotowa Małopolska**

Małopolska Organizacja Turystyczna we współpracy z Województwem Małopolskim, Miastem Nowy Targ, Aeroklubem Nowy Targ oraz Kraków Balloon Team zaprosili w bieżącym roku na 3. Małopolski Festiwal Balonowy – „Odlotowa Małopolska”, który odbył się w dniach 22-24 marca 2024 roku. To już kolejna edycja kolorowej fiesty na małopolskim niebie, która co roku gromadzi fanów lotnictwa i balonów. Zaplanowano cztery loty zawodnicze, niestety ze względu na trudną pogodę tylko dwa doszły do skutku. W międzynarodowych zawodach wzięto udział blisko 30 załóg. Ze swoimi kolorowymi balonami na Podhale zawitali zawodnicy z Litwy, Łotwy, Rumunii, Węgier

Plan pracy MOT na 2024

i oczywiście Polski. W ubiegłym roku balonem, który wzbudził wyjątkowe zainteresowanie był tygrysek, a w tym roku była to latająca świnka! Nie zabrakło również słynnego balonu Małopolski. W trakcie festiwalu odwiedzili nas również goście honorowi, mistrzowie podniebnych akrobacji: Sebastian Kawa, Flying Dragons Team, Paweł Kozarzewski – Lojak, Piper Cub Team, WKS WAWEL sek. Spadochronowa i Małopolski Klub Paralotniowy. Nagrodzeni podczas festiwalu:

- Puchar Marszałka województwa Małopolskiego (najlepszy wynik) - Arkadiusz Iwański (PL)
- Puchar Wójta Gminy Bukowina Tatrzańska (najlepszy wynik w pierwszym locie) - Zbigniew Jagodzik (PL)
- Puchar Burmistrza miasta Nowy Targ (najlepszy wynik w drugim locie) - Arkadiusz Iwański (PL)
- Puchar prezesa Małopolskiej Organizacji Turystycznej (najlepsza kobieta) - Rita Becz (HU)

Wyróżniono również załogę jaka przyjechała na Odłotową Małopolskę z najdalszego miejsca. Wyróżnienie odebrał Kristaps Frickauss z Łotwy.

Wydarzenie to cieszyło się zainteresowaniem publiczności jak i mediów, zwiększając świadomość i rozpoznawalność marki turystycznej Małopolski, a także powodując szeroką promocję regionu Małopolski zarówno w Polsce jak i zagranicą. Same zawody jak i relacje z nich były szeroko promowane w mediach tradycyjnych jak i Internecie.

- **Sanatorium Miłości**

Nawiązano współpracę przy promocji Małopolski w ramach 6 sezonu programu „Sanatorium Miłości”. Przez 10 tygodni od 10 marca do 12 maja br. w każdą niedzielę w telewizji TVP1 emitowany był program „Sanatorium Miłości”.

W programie zostało pokazanych wiele małopolskich akcentów, między innymi z naszej inicjatywy pokazaliśmy balon Małopolska zaprasza, Winnica Gródek, Stadnina Koni Huculskich "Gładyszów" w Regietowie, Cerkiew pw. św. Kosmy i Damiana w Tyliczu oraz Cerkiew św. Paraskewy w Kwiatoniu. Bohaterzy byli także na Lotnisku w Łososinie Dolnej, torze saneczkowym, Muzeum Nikifora, na PKL Góra Parkowa, przy Źródleku Miłości oraz wjeżdżali na górę Koleją Gondolową w Jaworzynie Krynickiej. Były także małopolskie korale, w których dumnie prezentowała się kuracjuszka Janina oraz wiele lotniczych zdjęć pokazujących bajeczne krynickie i beskidzkie krajobrazy.

- **Konkurs Miss Polonia**

Małopolska jest piękna, a w czerwcu tego piękna w naszym regionie było jeszcze więcej, bo gościliśmy uczestniczki najstarszego konkursu piękności w kraju - Miss Polonia! Dzięki współpracy z Małopolską Organizacją Turystyczną finalistki 95. konkursu MISS Polonia miały wyjątkową okazję zwiedzić piękną Małopolskę w niezapomniany sposób. Finalistki brały udział w zgrupowaniu w Zakopanem. To właśnie w tym czasie mogły odwiedzić wiele urokliwych miejsc Małopolski, tj. Pieniński Park Narodowy oglądany z perspektywy sptywu Dunajcem, podziwiać

Plan pracy MOT na 2024

Tatrzański Park Narodowy wraz z jego dziedzictwem przyrodniczym i kulturowym np. dzięki możliwej wizycie finalistek w Bacówce Józefa Słodyczki na Wyżniej Kirze Miętusiej w Dolinie Kościeliskiej, gdzie poznały zasady produkcji oscypka, czy zwiedzać Małopolskę z „lotu ptaka” w ramach zorganizowanych przelotów balonami. Wszystkie wycieczki finalistek po Małopolsce zostały zrelacjonowane na profilach konkursu. Ponadto powstał felieton, który został wyemitowany 28 czerwca br. podczas jubileuszowej 95. Gali Finałowej Miss Polonia 2024.

Gala była transmitowana na antenie TVP2 i TVP Polonia i była liderem oglądalności w rynku telewizyjnym wśród anten tak zwanej "wielkiej czwórki" TVP1, TVP2, TVN i POLSATU. Oglądalność wyniosła ok. 1 100 000 widzów.

- **Współpraca z dziennikiem Rzeczpospolita**

Celem zaprezentowania walorów turystycznych Małopolski zrealizowano w miesiącu kwietniu działania promocyjne na łamach dziennika Rzeczpospolita oraz w serwisie www.rp.pl gdzie opublikowane zostały artykuły sponsorowane.

Artykuły koncentrowały się na wszechstronnej promocji Małopolski, podkreślając jej unikalne walory przyrodnicze, takie jak malownicze doliny, które zachwycają różnorodnością krajobrazów oraz bogactwem flory i fauny. Teksty poświęcone były także kulinarnym tradycjom regionu, ukazując Małopolskę jako miejsce o bogatej kulturze gastronomicznej, gdzie można zasmakować autentycznych, regionalnych potraw przygotowywanych z lokalnych produktów. Dodatkowo, artykuły zwracały uwagę na niezwykle zabytki, które stanowią dziedzictwo historyczne i kulturalne regionu, a także na wyjątkową gościnność mieszkańców Małopolski, którzy z otwartymi ramionami witają turystów, oferując im nie tylko komfortowy wypoczynek, ale także ciepłą, przyjazną atmosferę. Wszystkie te elementy razem tworzą obraz Małopolski jako regionu pełnego uroku, bogactwa kulturowego i przyrodniczego, idealnego do odwiedzenia i odkrywania.

- **Targi turystyczne**

- **Międzynarodowe Targi Turystyki i Czasu Wolnego we Wrocławiu (22-24 marca)** - Targi MTT Wrocław to największe targi o tematyce turystycznej w południowej Polsce. Dzięki ciekawej formule targi przyciągają wielu odwiedzających, zainteresowanych ofertą turystyczną. Wystawcy mają okazję zaprezentować się bezpośrednio wśród zainteresowanej grupy docelowej. Podczas targów zorganizowane były liczne atrakcje towarzyszące m.in: Festiwal Podróżników, Festiwal Kulinarny, Warsztaty branżowe czy Strefa Produktów Regionalnych. W roku 2024 targi odwiedziło około 10 tyś osób. Wraz z MOT Małopolskę reprezentowała Gmina Niedźwiedź, która przekonywała, że Gorce to najpiękniejsze góry w Polsce, a Tarnów niezmiennie prezentowało wysoką jakość i smak małopolskich win!;

- **Piknik nad Odrą w Szczecinie (11-12 maja)** to jedna z największych imprez plenerowych, przez lata wydarzenie ewoluowało z targów turystycznych w Festiwal Podróży i Czasu Wolnego. Wydarzenie odbywa się w najbardziej

Plan pracy MOT na 2024

reprezentacyjnej przestrzeni w mieście – na nabrzeżu Odry w okolicy Wałów Chrobrego. Wydarzenie organizowane jest już od lat i co roku rośnie liczba odwiedzających. W tym roku było to 250 wystawców i około 70 tys. odwiedzających. Wraz z MOT na stoisku Małopolskim było Polskie Stowarzyszenie Flisaków Pienińskich, Tarnów wraz z Enotarnowskie i Winnicą Dąbrówka. Podczas tej 20 -tej edycji targów Małopolska Organizacja Turystyczna otrzymała nagrodę za aktywne dostarczanie inspiracji do odwiedzenia Małopolski;

- **Tour Salon w Poznaniu** (4-6 października) podczas trzech dni targowych będzie można posłuchać relacji znanych i podziwianych podróżników, porozmawiać o wspólnych zainteresowaniach i pasji do zwiedzania Polski i świata, wymienić się doświadczeniami, a przede wszystkim poczuć klimat zarówno egzotycznych jak i lokalnych wojaży. W gronie wystawców targów od lat są: miasta, gminy, powiaty, organizacje promocji turystyki, regiony turystyczne, dostawcy usług transportowych i innych usług w turystyce. Na scenie targowej pojawią się znakomici globtroterzy. Program targowy przewiduje bogatą ekspozycję oraz strefy pokazowe i warsztatowe;
- **Międzynarodowe Targi Turystyczne ITTF Warsaw** (29 listopad – 1 grudnia) to najważniejsze w Polsce wydarzenie o charakterze B2B, skierowane do branży turystycznej. Swoją ofertę zaprezentują m.in. zagraniczne, narodowe oraz lokalne organizacje turystyczne, izby i stowarzyszenia, touroperatorzy, przewoźnicy, branża hotelarska, firmy związane z nowymi technologiami w turystyce, województwa, powiaty, miasta i gminy. Targi są skierowane zarówno do branży turystycznej, jak i szerokiej publiczności. Z jednej strony to poświęcone turystyce konferencje i spotkania, z drugiej bogaty program przygotowany z myślą o miłośnikach podróży. Targi ITTF Warsaw powstały we współpracy z najważniejszymi polskimi instytucjami i organizacjami branżowymi, co gwarantuje wysoki poziom merytoryczny.

W celu uatrakcyjnienia oferty na targach realizowana jest promocja produktów regionalnych oraz planowana jest dystrybucja książki pn. „Pilnujcie mi tych szlaków. Śladami Jana Pawła II po małopolskiej przyrodzie”.

2.8. Poznaj Region – wyprawy turystyczne po Małopolsce

Po bardzo dobrym odbiorze pierwszej edycji projektu „Poznaj Region” zrealizowanej w okresie wrzesień-grudzień 2023 roku, w 2024 roku Małopolska Organizacja Turystyczna po raz kolejny zorganizowała wizyty turystyczno-kulturalne w Małopolsce dla dzieci i młodzieży z małopolskich szkół. Działanie wykonywane było w ramach otwartego konkursu ofert na realizację zadań publicznych Województwa Małopolskiego w dziedzinie turystyki i krajoznawstwa w 2024 r. pn. „Małopolska Gościńna – I edycja” – Priorytet 4 – „Poznaj region – wyprawy turystyczne po Małopolsce”.

Plan pracy MOT na 2024

Również tym razem projekt zakończył się sukcesem. Zorganizowano wyprawy dla łącznie 78 grup dzieci i młodzieży, które obejmowały uczestnictwo w musicalu „Kopernik” w Operze Krakowskiej – Instytucji Kultury Województwa Małopolskiego i zwiedzanie Krakowa lub uczestnictwo w spektaklach „Na przelęczcy” lub „Wiśniowy sad” w Teatrze Witkiewicza w Zakopanem i zwiedzanie Zakopanego.

Cel został osiągnięty w 125,81%, przy założeniu w ofercie zrealizowania min. 50 wypraw turystycznych. Najważniejszym kryterium było zadowolenie uczestników, w tym dzieci i młodzieży z różnych klas szkół podstawowych jak i ponadpodstawowych. Uczestnictwo w musicalu „Kopernik”, spektakularnym przedsięwzięciu zrealizowanym przez solistów, orkiestrę, chór oraz balet Opery Krakowskiej, a także współpracujących z instytucją wybitnych twórców i realizatorów krajowej sceny muzycznej, na długo zostanie w ich pamięci. Musical „Kopernik” to nie tylko widowisko, ale także narzędzie edukacyjne, dzięki któremu dzieci i młodzież poznali najważniejsze wydarzenia z życia naukowca w sposób niezwykle komunikatywny, ze wszech miar interesujący i intrygujący. Musical „Kopernik” to spektakl, który operuje zaawansowanymi rozwiązaniami w zakresie światła, dźwięku i gry scenicznej, dlatego w trakcie trwania spektaklu było widać ogromne zainteresowanie dzieci i młodzieży, które w ciszy i skupieniu uważnie i z zaciekawieniem oglądały spektakl, który trwał nieprzerwanie 90 minut.

Inni mogli zapoznać się w Teatrze Witkiewicza w Zakopanem ze spektaklami „Na przelęczcy” Stanisława Witkiewicza i „Wiśniowy sad” Antoniego Czechowa. „Na przelęczcy” to literacka relacja (reportaż) z wyprawy w Tatry – z czasów, kiedy odkrywano je dla ludzi z nizin, zachwycając się ich dzikim pięknem. To opis – z jednej strony – obiektywnych i autentycznych trudności związanych z pokonywaniem przez ‘turystów’ (a jak się do dziś tu w Zakopanem mówi: ‘panów’) nowej przestrzeni tj. Gór; z drugiej – bardzo emocjonalny (w stylu zaiste modernistycznym) pełen fascynacji Tajemnicą – Mistyką Gór – kulturą górali – ich muzyką, strojem, budownictwem, hodowlą owiec, obyczajami, etc. Ten melanz stał się dla zakopiańskiego Teatru im. Stanisława Ignacego Witkiewicza pretekstem do pokazania – w sposób ironiczno-groteskowy – jak sytuacja opisana przez Witkiewicza przekłada się na dzisiejszą (współczesną) relację mieszkańca miasta z naturą (przyrodą) – a konkretnie górami.

„Wiśniowy sad” Antoniego Czechowa w reżyserii rosyjskiego dramaturga i reżysera Nikołaja Kolady to spektakl o ludziach, jakich wielu w dzisiejszym życiu. O tych, którzy boją się podejmować decyzje, którzy chowają się przed problemami, w nadziei, że wszystko samo się rozwiąże, o tych, którzy nie chcą walczyć, ale postusznie przyjmują ciosy losu. Klasyczna sztuka Czechowa jest dziś niezwykle aktualna. W spektaklu Kolady od dawna nie ma wiśniowego sadu, wszystko już sprzedano, wszystko zniszczono, a zamiast białych kwiatów wiśni zostały tylko plastikowe kubeczki, ten plastik i te tworzywa sztuczne, które niszczą przyrodę, naszą piękną planetę.

Trwałym efektem przedsięwzięcia jest rozwój i wzmocnienie kompetencji kulturalnych dzieci i młodzieży z regionu Małopolski. Zarówno musical jak i spektakle stanowiły znakomite

Plan pracy MOT na 2024

uzupełnienie dla programu edukacyjnego realizowanego w szkołach w zakresie lekcji historii, muzyki czy też specjalistycznych kół zainteresowań.

Kolejną lekcją historii i nie tylko, było zwiedzanie Krakowa lub Zakopanego. Profesjonalni przewodnicy zabrali poszczególne grupy dzieci i młodzieży aby przybliżyć historię miasta Krakowa i Zakopanego oraz pokazać atrakcje wzbudzające zainteresowanie i przyciągające turystów z całego świata. W Krakowie trasa wiodła ulicami którymi kiedyś chodził Mikołaj Kopernik. Dzieci i młodzież zwiedziły miejsca w których przebywał astronom, m.in. Bramę Floriańską, Rynek Główny z Sukiennicami oraz Bazyliką Mariacką ze słynnym Ołtarzem Wita Stwosza a także dziedziniec Zamku Królewskiego na Wawelu. Zobaczyły również miejsce w którym Mikołaj Kopernik się uczył – Collegium Maius Uniwersytetu Jagiellońskiego. Niebywale interesujące były opowieści przewodników, legendy i historie opowiadane w niezwykle ciekawy sposób, który docierał nawet do najmłodszych uczestników. Inne grupy w ilości 618 osób, zapoznały się z historią związaną z lotnictwem polskim w Muzeum Lotnictwa Polskiego w Krakowie. Oprócz zwiedzania ekspozycji, dzieci uczestniczyły w warsztatach, gdzie mogli poczuć się jak konstruktorzy i zbudować swoje pierwsze samoloty.

W Zakopanem łącznie 178 osób zwiedzało Muzeum Karola Szymanowskiego w Wilii „Atma”, związane z biografią drugiego po Chopinie kompozytora oraz w ilości 246 osób zaprojektowaną przez samego Stanisława Witkiewicza Willę „Oksza”, która jest jedną z najpiękniejszych zabytków Zakopanego. W jej urokliwych, odrestaurowanych wnętrzach Muzeum Tatrzańskie urządziło Galerię Sztuki. Uczniowie zapoznali się tutaj z pracami najwybitniejszych twórców zauroczonych Tatrami i Podhalem: Rafałem Malczewskim, Leonem Wyczółkowskim, Zofią Stryjeńską i wieloma innymi. Szczególną dumą Galerii jest Sala Witkacego, w której prezentowane są prace tego nietuzinkowego twórcy. Muzeum Tatrzańskie posiada bowiem jedną z najbogatszych w Polsce kolekcji jego dzieł, w tym najbogatszą – fotografii. Jednym z bohaterów ekspozycji jest samo miasto Zakopane: miasto inspirujące nie tylko do tatrzańskich eksploracji, ale i do artystycznych poszukiwań. Natomiast w Muzeum Tatrzańskim – Gmachu Głównym uczestnicy wypraw w ilości 192 osób zwiedzili ekspozycje oraz uczestniczyli w warsztatach malowania na szkle. Ponadto jednym z miejsc artystycznych wrażeń jest zapewne widok roztaczający się z Gubałówki, na którą wyjechało kolejką część grup. Późniejszy spacer na Cmentarz Zasłużonych na Pęksowym Brzyzku był chwilą zadumy i zastanowienia się nad przemijającym życiem i jego wartością doczesną.

Podczas zwiedzania w zakresie turystyki kulturalnej, historycznej ale również inspirującej, dzieci i młodzież mogła się zintegrować z rówieśnikami oraz miło spędzić ze sobą czas.

Trwałość efektów projektu, jakimi są budowa i wzmacnianie pozytywnego wizerunku miast regionu Małopolski, zostały zrealizowane w ponad 100%, gdyż zakładana frekwencja uczestników projektu „POZNAJ REGION – wyprawy turystyczne po Małopolsce”, znacząco przerosła oczekiwania wszystkich zaangażowanych w projekt.

Podczas wypraw odbyło się łącznie 8 spektakli w Teatrze Witkiewicza w Zakopanem, w terminach:

Plan pracy MOT na 2024

- 05.03.2024 roku,
- 06.03.2024 roku,
- 12.03.2024 roku,
- 13.03.2024 roku,
- 19.03.2024 roku,*
- 20.03.2024 roku,*
- 22.04.2024 roku,
- 23.04.2024 roku.

* w dniach 19.03 i 20.03.2024 roku był to spektakl „Wiśniowy sad” Antoniego Czechowa w reżyserii Nikołaja Kolada a w pozostałych dniach spektakl „Na Przetęczy” Stanisława Witkiewicza w reżyserii Andrzeja Dziuka. Dwa ostatnie spektakle udało się zorganizować dzięki poczynionym oszczędnościom przy ustalaniu i negocjowaniu cen tytułem przewozu osób.

Natomiast w Operze Krakowskiej młodzież uczestniczyła w 3 spektaklach „Kopernik”, w terminach:

- 03.04.2024 roku,
- 04.04.2024 roku,
- 05.04.2024 roku.

W projekcie wzięto udział łącznie 3 638 uczestników, w tym 277 opiekunów, którzy przyjechali z różnych miejscowości z regionu Małopolski. Do Krakowa do Opery Krakowskiej przyjechało łącznie 2 079 uczestników wypraw, w tym 44 autokarów. Natomiast w Zakopanem brało udział 1 559 uczestników, którzy przyjechali 33 autokarami.

Cele przedstawione w założeniach do projektu zostały w pełni zrealizowane.

2.9. Działania na rzecz pozyskania turystów z Czech, Słowacji i Węgier

W pierwszym i drugim kwartale 2024 roku zrealizowano szereg działań mających na celu promocję turystycznych atrakcji naszego regionu wśród turystów z Czech, Słowacji i Węgier. Działania te miały na celu zwiększenie zainteresowania lokalnymi atrakcjami oraz poprawę współpracy transgranicznej. Były one ściśle skorelowane z działaniami nowopowstałych Zagranicznych Ośrodków POT w Pradze i Budapeszcie. Dzięki ścisłej i dynamicznej współpracy odbyły się dwie efektywne wizyty studyjne z Czech oraz cztery wizyty z Węgier, które były zapowiedzią dwóch kolejnych jesienią 2024 roku. Doskonały dobór dziennikarzy pozwolił na przygotowanie wysokiej jakości materiałów filmowych oraz relacji w mediach społecznościowych o bardzo wysokich zasięgach.

Poza wizytami studyjnymi, przedstawiciele MOT brali udział w kilku akcjach promocyjnych na terenie Czech, Słowacji i Węgier, takich jak workshopy B2B oraz imprezy plenerowe. Zrealizowano także kampanie reklamowe w mediach tradycyjnych, społecznościowych oraz w kasach biletowych LeoExpress. Dzięki tym działaniom zaplanowano kolejne akcje na koniec listopada, w tym udział MOT w ramach stoiska POT na festiwalu podróżniczym Kolem Sveta w Pradze. Na festiwalu tym w ramach dwudniowych prelekcji podróżniczki, które gościliśmy

Plan pracy MOT na 2024

w maju i czerwcu, będą prowadziły prelekcje na temat walorów turystycznych całej Małopolski od Tatr po Jurę Krakowsko-Częstochowską.

- **Promocja w Czechach**

- **Udział w workshopach B2B**

Małopolska Organizacja Turystyczna wraz ze swoimi członkami, przy współpracy z ZOPOT Praga, w marcu 2024 roku wzięła udział w dwóch workshopach B2B w Ostrawie i Pradze:

- ✓ 1 marca 2024, Ostrawa: Workshop B2B oraz targi turystyczne Dovolená 2024 – podczas tego wydarzenia skupiono się na wymianie doświadczeń oraz możliwościach współpracy między różnymi touroperatorami. Nawiązano współpracę pomiędzy małopolskimi hotelami i atrakcjami turystycznymi a czeskimi touroperatorami;
- ✓ 15-17 marca 2024, Praga: Workshop B2B oraz targi Holiday World i Region World Prague 2024, w których wzięło udział ponad 30 000 odwiedzających. Trzydniowe wydarzenie w centrum kongresowo-wystawienniczym PVA EXPO w Pradze było jednocześnie gospodarzem wystawy łodzi i przyczep kempingowych. Workshop B2B pozwolił na bezpośrednią promocję naszego regionu jako miejsca atrakcyjnego dla czeskich turystów. Nawiązano współpracę pomiędzy małopolskimi hotelami i atrakcjami turystycznymi a czeskimi touroperatorami.

Efektem tych spotkań były konkretne zapytania od czeskich biur podróży kierowane do MOT o bazę noclegową w Małopolsce oraz o listę atrakcji turystycznych i członków MOT.

- W ramach działań promocyjnych nasz region w czerwcu odwiedziła czeska podróżniczka Veronika Jirickova, która przemieszczała się na hulajnodze (nieelektrycznej). Jej wizyta miała na celu odkrycie i zarekomendowanie lokalnych atrakcji turystycznych, a także promowanie aktywnego sposobu spędzania czasu w regionie. Podróżniczka przez 10 dni przejechała spod Tatr do Ojcowa, odwiedzając między innymi Zakopane, Chochotów, Niedzicę, Szczawnicę, Stary Sącz, Nowy Sącz, Gródek nad Dunajcem, Tarnów i okolice, Bochnię, Kraków, Pustynię Błędowską oraz Ojców. Codziennie zamieszczała obszernie relacje w mediach społecznościowych, ukazujące naturalne walory turystyczne, trasy Velomalopolska oraz bazę noclegową, gastronomiczną i atrakcje turystyczne Małopolski. Relacje te ukazywały się codziennie na czeskich portalach dotyczących turystyki aktywnej, rowerowej i hulajnogowej. W trakcie wizyty w Małopolsce podróżniczka udzieliła wywiadu o swojej trasie dla krajowej czeskiej telewizji śniadaniowej, a nagrania odbywały się pod Wawelem. Efekty tej wizyty zostaną zaprezentowane podczas festiwalu Kolem Sveta w listopadzie 2024 roku. Veronika Jirickova będzie jedną z głównych prelegentek tego wydarzenia, a jej wykład będzie dotyczył 10-dniowej wizyty w Małopolsce od Tatr

Plan pracy MOT na 2024

po Pustynię Błędowską. Udział w festiwalu „Kolem Sveta”, który odbędzie się w listopadzie, będzie stanowił kolejną okazję do promocji naszego regionu. Dzięki obecności na festiwalu dotrzemy do szerokiego grona pasjonatów podróży i kultury zainteresowanych odwiedzeniem Małopolski.

Podczas wizyty studyjnej podróżniczki na hulajnodze zrealizowane zostały wywiady dla czeskiej telewizji, takie jak „Putování po Polsku” w programie „Snídaně s Novou” oraz „Cestou necestou” w „Dobrem Ranu” na ČT. Te materiały telewizyjne przyciągną uwagę szerokiej publiczności, pokazując atrakcje turystyczne Małopolski, jej kulturę, gościnność mieszkańców oraz możliwość aktywnego spędzania czasu na świeżym powietrzu. Dodatkowo, Veronika Jirickova miała okazję uczestniczyć w warsztatach zarówno w Ostrawie, jak i w Pradze, co podkreśla znaczenie współpracy międzynarodowej oraz wymiany doświadczeń dotyczących promocji turystyki. Jej doświadczenia zostaną również zaprezentowane w odcinku programu „Karavan po Polsku” emitowanym na ČT2, który skupia się na karawaniu w Małopolsce, co dodatkowo wzmacnia markę tej atrakcyjnej turystycznie części Polski.

Podsumowując, wizyta czeskiej podróżniczki na hulajnodze w Małopolsce ma ogromny potencjał promocyjny. Dzięki medialnej ekspozycji oraz aktywności związanej z ekoturystyką, Małopolska zyskuje nie tylko w oczach czeskich turystów, ale także międzynarodowej publiczności zainteresowanej odkrywaniem mniej konwencjonalnych, a jednocześnie fascynujących sposobów na podróżowanie i poznawanie różnych regionów.

- 13 czerwca 2024, Ostrawa – MOT wziął udział jako wystawca ze stoiskiem promocyjnym opartym o kampera Małopolskiego i warsztaty obwarzanka wraz z degustacją Małopolskich win podczas XXX spotkania Biznesu Czech, Polski i Słowacji w ogrodzie Konsulatu Generalnego Polskiej Rzeczypospolitej w Ostrawie. Stoisko promocyjne Małopolski cieszyło się bardzo dużym zainteresowaniem wśród odwiedzających je biznesmanów z Czech i Słowacji. Te wydarzenia przyciągnęły uwagę mediów oraz mieszkańców, co wpisuje się w szerszą strategię promocji Małopolski.
- 15 czerwca 2024, Praga – zrealizowano działania promocyjne dzięki współpracy z ZOPOT Praga oraz Instytut Polski w Pradze podczas Dni Polskich w ogrodach Ambasady RP w Pradze. Wydarzenie „Polsky Den w zahradah” to rodzinna impreza gromadząca około 4 000 uczestników, co roku frekwencja jest coraz wyższa, a do ogrodów przybywają setki Czechów zainteresowanych kulturą i atrakcjami Polski. Podczas tego wydarzenia MOT promował region za pomocą mobilnego stoiska przy kamperze oraz wraz z Żywym Muzeum Obwarzana, które prowadziło rodzinne warsztaty dotyczące atrakcji Krakowa. Poza stoiskiem MOT swoje osobne stoisko promocyjne miało także miasto Tarnów, które poza wydawnictwami zachęcało turystów do odwiedzin poprzez degustację lokalnych specjałów kulinarnych, stoisko to cieszyło się ogromnym zainteresowaniem.

Plan pracy MOT na 2024

Na potrzeby tego wydarzenia i innych MOT wydał specjalną edycję wydawnictwa „Atrakcje turystyczne Małopolski” w języku czeskim.

MOT wykupił także reklamę zachęcającą do wizyt w Krakowie i Małopolsce na telebimach LEOExpress tuż przy kasach biletowych na dworcu w Ostrawie i Pradze na okres miesiąca czerwca 2024. Dostarczono również materiały promocyjne do Leoexpress, co umożliwiło dotarcie do podróżnych korzystających z transportu kolejowego.

- **Działania promocyjne na Słowacji i Węgrzech**

Promocja w Bratysławie i Budapeszcie:

- Już na początku roku 2024 gościliśmy na Podhalu dwóch dziennikarzy narciarskich z węgierskiego portalu podróżniczego www.mozgasvilag.hu, którzy w ciągu trzech dni nagrali świetny materiał filmowy o stokach narciarskich na Podhalu. Ci sami dziennikarze, zajmujący się turystyką aktywną, odwiedzili Małopolskę w dniach 16-18 września, aby przetestować i nagrać materiał o turystyce rowerowej na trasach Babiej Góry, w Słowianach i Kasinie. Materiały filmowe są doskonałej jakości i trafiają do ogromnej liczby oglądających na Węgrzech.
- W naszych działaniach promocyjnych nie zabrakło również stolicy Słowacji – Bratysławy oraz stolicy Węgier – Budapesztu. W każdym z tych miejsc kamper stanowił mobilny punkt informacyjny, zachęcający turystów do odwiedzenia naszego regionu na początku wakacji.
- ✓ 29 czerwca 2024, Budapeszt: MOT zaprezentował atrakcje turystyczne Małopolski w centrum Budapesztu oraz odbył się przelot balonem Małopolski nad miastem. Na potrzeby tego wydarzenia i innych MOT wydał specjalną edycję wydawnictwa „Atrakcje turystyczne Małopolski” w języku węgierskim.
- ✓ 1 lipca 2024, Bratysława- MOT zaprezentował atrakcje turystyczne Małopolski na jednym z głównych placów Bratysławy Hvezdoslavovo namesti podczas otwarcia wystawy o polskich zabytkach UNESCO oraz podczas święta zapowiadającego rozpoczęcie prezydencji Polski w Grupie Wyszehradzkiej.
- ✓ 12 września 2024, Budapeszt – MOT uczestniczył w prezentacji i warsztatach z dziennikarzami i touroperatorami w Budapeszcie, które poświęcone były możliwościom współpracy w zakresie turystyki między naszym regionem a Węgrami. Uczestnicy mieli możliwość poznania unikalnych atrakcji oraz wymiany doświadczeń.

Dzięki kompleksowo zaplanowanym działaniom promocyjnym, nasz region zyskał na rozpoznawalności wśród turystów z Czech, Słowacji i Węgier. Współpraca z Zagranicznymi Ośrodkami POT w Pradze i Budapeszcie zaowocowała efektywnymi wizytami studyjnymi oraz licznymi akcjami promocyjnymi. Kampanie reklamowe w mediach tradycyjnych

Plan pracy MOT na 2024

i społecznościowych, a także obecność na kluczowych wydarzeniach, przyczyniły się do wzrostu zainteresowania ofertą turystyczną Małopolski. Planowane na koniec listopada działania, w tym udział w festiwalu podróżniczym Kolem Sveta, będą kolejną okazją do promocji regionu. Kontynuacja współpracy międzynarodowej oraz wymiana doświadczeń są kluczowe dla dalszego rozwoju turystyki w Małopolsce.

2.10. Działania na rzecz pozyskania turystów z obszaru Zatoki Perskiej

W lutym br. (w dniach 20-25) w ramach rozszerzenia naszej aktywności w Zatoce Perskiej, Małopolska Organizacja Turystyczna wzięła udział w wyjeździe szkoleniowo – studyjnym dla reprezentantów Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych z całej Polski, organizowanym przez POT. Głównym celem tej wizyty było poznanie możliwości przyciągnięcia turystów z Kataru do Polski, poznanie ich upodobań i wymagań, ale także chęć wymiany doświadczeń z lokalnymi biurami działającymi w branży turystycznej. Wyjazd odbył się w ramach organizowanego przez Ambasadę RP „Polish Food Festival”.

Wiosną byliśmy współorganizatorem szkolenia dotyczącego zasad przyjmowania turystów z krajów arabskich. Szkolenie było organizowane we współpracy z POT, miało na celu wyeksponowanie różnic kulturowych i wskazanie najbardziej istotnych punktów, na bazie których należy planować program pobytu w Polsce. W wydarzeniu wzięło ok. 20 podmiotów turystycznych z Małopolski: biura podróży, hotele, gestorzy atrakcji turystycznych.

Kolejną aktywnością był udział w targach ATM w Dubaju w maju br. (6-9). Polskie Stoisko było reprezentowane w większości przez podmioty z Małopolski, o którą zdecydowanie odebrano najwięcej zapytań wśród odwiedzających stoisko (Zakopane, Kraków). Wiosną zaktualizowaliśmy arabską wersję folderu „Małopolska. Kraków. Największe atrakcje turystyczne” poszerzając go o wybrane atrakcje dostosowane do zainteresowań i potrzeb turystów arabskich oraz zamieszczając dane tele-kontaktowe członków MOT zainteresowanych dotarciem ze swoją ofertą do klientów z tzw. Bliskiego Wschodu. Folder był już dostępny podczas targów w Dubaju, gdzie rozdawaliśmy go zarówno w formie drukowanej jak i na nośnikach USB.

Podczas targów w Dubaju odbył się również workshop organizowany w ramach współpracy państw grupy V4, uczestnikami było ponad 50 touroperatorów arabskich.

Ponadto od początku roku, we współpracy z POT, organizujemy wizyty studyjne i branżowe dla influencerów, dziennikarzy i profesjonalistów z krajów Zatoki Perskiej. W przeważającej większości są to osoby, które same zgłaszają swoją chęć przyjazdu do Polski w związku z rosnącą popularnością Krakowa i Małopolski w ich krajach.

W czerwcu br. współorganizowaliśmy inaugurację połączenia lotniczego operowanego linii Air Arabia: Kraków-Szardża (12 razy w tygodniu, lipiec -sierpień 2025: 16 razy tygodniowo). Wraz z PAIH (oddziałem w ZEA), ambasadą RP w Dubaju oraz Business in Małopolska i Krakowskim Parkiem Technologicznym wspieraliśmy konferencję „Doing Business in

Plan pracy MOT na 2024

Małopolska” poświęconą krajom Zatoki Perskiej (1 lipca). W związku z potęczeniem z Szardzy pod koniec czerwca wraz z POT przyjeźliśmy w Krakowie i regionie (całodzienna wizyta w Energylandii) 10 touroperatorów z ZEA.

Na sezon jesienno-zimowy przewidziano działania dotyczące dalszego wzmożenia ruchu turystycznego z Bliskiego Wschodu, planowana jest m.in. misja gospodarcza, udział w targach w Rijadzie, rozmowy z liniami lotniczymi na temat utrzymania jak największej liczby potęczeń poza wysokim sezonem oraz z VisitDubai w celu wymiany doświadczeń i ewentualnej możliwości współpracy.

2.11. Tysiąclecie Królestwa Polskiego

26 lutego 2024 roku Sejmik Województwa Małopolskiego uchwalił deklarację o uczczeniu 1000-lecia Korony Królestwa Polskiego w 2025 roku w Małopolsce. Wyraził w niej wsparcie dla inicjatywy uczczenia w Krakowie oraz w Małopolsce tysięcznej rocznicy koronacji Bolesława Chrobrego na pierwszego króla Polski i zadeklarował włączenie się w organizację lokalnych i ogólnopolskich obchodów jubileuszu tego istotnego dla naszej historii wydarzenia, oznaczającego w praktyce ukonstytuowanie samodzielnego i suwerennego państwa polskiego. Rangę obchodów podnosi Uchwała Sejmu RP, ustanawiająca rok 2025 – rokiem Milenium Koronacji Dwóch Pierwszych Królów Polski – pierwszego króla Bolesława Chrobrego oraz jego następcy Mieszka II.

W celu przygotowania kalendarza obchodów powołany został Komitet Honorowy, w składzie którego znalazł się Grzegorz Biedroń – Prezes Małopolskiej Organizacji Turystycznej, który jednocześnie został powołany jako przewodniczący Komitetu Organizacyjnego.

Zaplanowane obchody jubileuszu 1000-lecia koronacji Bolesława Chrobrego na króla Polski zostały rozłożone na cały 2025 rok. Uroczystą inauguracją Millennium Królestwa Polskiego będzie msza św. w Katedrze na Wawelu, przy Ottarzu Koronacyjnym. Podczas posiedzenia komitetów przygotowywane będą projekty, dotyczące uczczenia 1000-lecia pierwszej Koronacji Króla Polskiego. W Małopolsce planowane są różne wydarzenia rocznicowe, okolicznościowe oraz przedsięwzięcia towarzyszące w obszarach: nauki, edukacji, turystyki i kultury, które mają na celu dotarcie do różnych środowisk. Przygotowane zostanie również specjalne logo, który ma być symbolem obchodów oraz spot promocyjny. Oficjalne rozpoczęcie zaplanowane jest już 11 listopada 2024 r. w Operze Krakowskiej. Wtedy też po raz pierwszy zostanie przedstawiony oficjalny kalendarz Tysiąclecia Suwerenności Państwa Polskiego.

Małopolska Organizacja Turystyczna włączy się w przygotowania obchodów rocznicowych m.in. poprzez współorganizację wspólnie z Miastem Kraków i Teatrem Groteska w zakolu Wisły Parady Smoków z odniesieniem do historii Polski oraz z Teatrem KTO – Paradę Królów. Planowane jest też zamówienie specjalnego balonu z wizualizacją królewskiej korony,

który będzie uświetniał rocznicowe wydarzenia i będzie symbolem milenijnych obchodów w kolejnych latach.

2.12. Badania ruchu turystycznego w Małopolsce

Badania ruchu turystycznego w regionie są podstawowym narzędziem diagnozy obecnego stanu turystyki w Małopolsce. Nie sposób przecenić ich znaczenia podczas choćby tworzenia profesjonalnej oferty turystycznej regionu, opracowania atrakcyjnych produktów turystycznych przez małopolską branżę turystyczną lub przy próbach dyspersji ruchu turystycznego w mniej odwiedzane miejscowości.

Podobnie jak w latach ubiegłych Małopolska Organizacja Turystyczna realizuje zadanie pn. „Realizacja badań ruchu turystycznego w Województwie Małopolskim w 2024 roku”. Zadanie zostało powierzone Małopolskiej Organizacji Turystycznej w ramach otwartego konkursu ofert na realizację zadań publicznych Województwa Małopolskiego w dziedzinie turystyki i krajoznawstwa.

Badania są realizowane w dotychczasowej formule. Pobór danych o charakterze ilościowym i jakościowym oparty jest o wywiady bezpośrednie z respondentami. W trakcie poboru ankieteryzy wykorzystują przenośne urządzenia cyfrowe – tablety, a pozyskane informacje są transferowane do banku danych w czasie rzeczywistym. Równolegle odbywa się monitoring danych mobilnych unikalnych użytkowników odwiedzających Małopolskę i ilustrujących ich zachowanie turystyczne w regionie. Dane te mają charakter obserwacyjny, rejestrujące rzeczywiste zachowania, pozyskane przez aplikacje i strony mobilne wykorzystywane przez użytkowników smartfonów. Informacje pozyskane w ten sposób będą punktem wyjścia do opracowania warstwy ilościowej badań, zarówno w sprawozdaniach monitorujących (I kwartał, II kwartał, lipiec, sierpień, wrzesień 2024 r.) jak też w raporcie końcowym.

Dane z hurtowni danych teleinformatycznych zostaną pozyskane i opracowane dla całego 2024 roku oraz w podziale na miesiące (w porównaniu do ubiegłych lat: 2023 – 2020) w oparciu o ustalone cele badań. Na ich podstawie, dla wybranych okresów czasowych, zostaną przygotowane sprawozdania monitorujące.

Wywiady bezpośrednie przy wykorzystaniu zdigitalizowanych ankiet badawczych są pobierane w 20 różnych lokalizacjach w Małopolsce o dużym potencjale turystycznym i w atrakcjach oraz generujących największy ruch turystyczny w regionie. Proces ankietowania w terenie realizowany jest przez trzy dni w tygodniu (piątek, sobota i niedziela) od połowy czerwca do końca września 2024 roku. Ankieta badawcza opracowana została przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej i jest spójna z wzorami ankiet z lat poprzednich, gwarantując porównywalność danych w przedziałach czasowych. Przed rozpoczęciem ankietowania dokonano aktualizacji formularzy ankiet oraz aplikacji celem usprawnienia procesu poboru ankiet w terenie za pomocą tabletów. Wywiady bezpośrednie przeprowadzane są wśród turystów i odwiedzających jednodniowych

Plan pracy MOT na 2024

wewnątrzregionalnych, turystów i odwiedzających jednodniowych krajowych oraz turystów i odwiedzających jednodniowych zagranicznych, zgodnie z uprzednio przygotowanymi terminami i miejscami poboru prób.

Wartości liczbowe i analizy z badań teleinformatycznych, opracowane w sprawozdaniach monitorujących, oraz wszystkie odpowiedzi z pozyskanych od turystów i odwiedzających jednodniowych Małopolskę wywiadów bezpośrednich, jak również między innymi dane z GUS i wybranych atrakcji turystycznych będą opracowywane przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej (Zespół Badawczy), w skład którego wchodzi:

- prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski – Kierownik Zespołu Badawczego – Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej,
- prof. dr hab. Renata Seweryn – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
- prof. dr hab. Tadeusz Grabiński – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Krakowska Akademia,
- dr Bożena Alejziak – Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie,
- dr Leszek Mazanek – Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie.

Produktem finalnym pracy Zespołu Badawczego będzie końcowy, roczny raport z badań ruchu turystycznego zrealizowanych w 2024 roku.

2.13. Badania ruchu turystycznego w Krakowie

Małopolska Organizacja Turystyczna w ramach współpracy z Gminą Miejską Kraków również w tym roku prowadzi badania ruchu turystycznego w Krakowie. Badania są realizowane w zmienionej formule od 2021 roku. Pobór danych o charakterze ilościowym i jakościowym oparty jest o wywiady bezpośrednie z respondentami. W trakcie poboru ankieterzy wykorzystują przenośne urządzenia cyfrowe – tablety, a pozyskane informacje są transferowane do banku danych w czasie rzeczywistym. Równolegle odbywa się monitoring danych mobilnych unikalnych użytkowników odwiedzających Kraków i ilustrujących ich zachowanie turystyczne w mieście. Dane te mają charakter obserwacyjny, rejestrujące rzeczywiste zachowania, pozyskane przez aplikacje i strony mobilne wykorzystywane przez użytkowników smartfonów. Informacje pozyskane w ten sposób będą punktem wyjścia do opracowania warstwy ilościowej badań, zarówno w raporcie częściowym i rocznym jak też w raporcie końcowym.

Dane z hurtowni danych teleinformatycznych (tj. dla unikalnych użytkowników) zostaną pozyskane i opracowane dla 3 miesięcy czerwiec-sierpień 2024 roku oraz dla całego 2024 roku oraz w podziale na miesiące (w porównaniu do lat: 2023–2020) w oparciu o ustalone cele badań. Dodatkowo zostaną pozyskane i opracowane dane dotyczące ruchu turystycznego na terenie Dzielnicy I w Krakowie (w nocne piątek/sobota i sobota/niedziela) z podziałem na wybrane miesiące oraz godziny: 18:00-21:00, 21:00-1:00, 1:00-5:00, 18:00-5:00. Zostaną również

Plan pracy MOT na 2024

pozyskane i opracowane dane dotyczące przepływu przestrzennego rezydentów, odwiedzających krajowych, odwiedzających zagranicznych, odwiedzających wewnątrzregionalnych we wskazanych zakresach czasowych pomiędzy Starym Miastem (ograniczonym Plantami) a Kazimierzem.

Ankiety badawcze (wywiady bezpośrednie) są pobierane w 9 różnych lokalizacjach w Krakowie o dużym potencjale turystycznym. Proces ankietowania w terenie realizowany jest przez trzy dni w tygodniu (piątek, sobota i niedziela) od początku lipca do końca grudnia 2024 roku. Ankieta badawcza opracowana została przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej i jest spójna z wzorami ankiet z lat poprzednich, gwarantując porównywalność danych w przedziałach czasowych. Przed rozpoczęciem ankietowania dokonano aktualizacji formularzy ankiet oraz aplikacji celem usprawnienia procesu poboru ankiet w terenie za pomocą tabletów. Wywiady bezpośrednie przeprowadzane są wśród turystów i odwiedzających jednodniowych wewnątrzregionalnych, turystów i odwiedzających jednodniowych krajowych oraz turystów i odwiedzających jednodniowych zagranicznych, zgodnie z uprzednio przygotowanymi terminami i miejscami poboru prób.

Wartości liczbowe i analizy z badań teleinformatycznych, opracowane w raporcie częściowym i rocznym, oraz wszystkie odpowiedzi z pozyskanych od turystów i odwiedzających jednodniowych Kraków wywiadów bezpośrednich, jak również między innymi dane z GUS i wybranych atrakcji turystycznych będą opracowywane przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej (Zespół Badawczy), w skład którego wchodzi:

- prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski – Kierownik Zespołu Badawczego – Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej,
- prof. dr hab. Renata Seweryn – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
- prof. dr hab. Tadeusz Grabiński – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Krakowska Akademia,
- dr Leszek Mazanek – Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie.

Produktem finalnym pracy Zespołu Badawczego będzie końcowy, roczny raport z badań ruchu turystycznego zrealizowanych w 2024 roku.

2.14. Badania podażowe w Małopolsce

Również w tym roku Małopolska Organizacja Turystyczna we współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego przeprowadzi zaktualizowane badanie podażowe. Celem badania będzie opisanie struktury podaży usług turystycznych w Małopolsce w 2024 roku oraz przygotowanie wniosków z badań, rekomendacji i obserwacji rynku turystycznego na podstawie przeprowadzonego sondażu diagnostycznego wśród małopolskich podmiotów branży turystycznej.

Plan pracy MOT na 2024

Do badania podażowego zostanie zaktualizowana przez Zespół Ekspertki z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie pod kierownictwem Pani prof. UEK dr hab. Renaty Seweryn, krótka ankieta. Badaniem objęci będą przedsiębiorcy/podmioty turystyczne z następujących kategorii:

- Hotelarstwo,
- Gastronomia,
- Transport,
- Biura podróży (pośrednicy i organizatorzy),
- Przewodnictwo/pilotaż,
- Atrakcja turystyczna,
- Inne.

Sondaż przeprowadzony zostanie techniką CAWI. Wnioski z sondażu zostaną poszerzone o informacje pochodzące z raportu wydanego przez Małopolskie Obserwatorium Rozwoju Regionalnego i Departament Zrównoważonego Rozwoju i następnie skorygowane z danymi GUS oraz BDL.

Opracowanie będzie efektem pracy grupy ekspertów z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, wykonanej na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego pod nadzorem Małopolskiej Organizacji Turystycznej, w której skład wchodzi:

- dr hab. Renata Seweryn, prof. UEK, kierownik projektu – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
- dr hab. Agata Niemczyk, prof. UEK – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
- dr hab. Krzysztof Borodako, prof. UEK – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
- dr Michał Rudnicki – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie.

W przygotowanym opracowaniu poruszony zostanie szereg zagadnień związanych z funkcjonowaniem małopolskiej branży turystycznej w warunkach postpandemicznych, kryzysu ekonomicznego i wojny na Ukrainie. Wśród poruszonych problemów znajdują się m.in. wnioski dotyczące zaprzestania lub zawieszenia działalności, zmian liczby klientów, zatrudnienia i cen oferowanych usług, działań inwestycyjnych, kondycji finansowej, wprowadzenia nowych rozwiązań o charakterze technologicznym, organizacyjnym i marketingowym, nowych produktów, nowych form sprzedaży, zmian w zachowaniach nabywców, kooperantów i partnerów biznesowych, jak również form wsparcia udzielanych małopolskim firmom turystycznym i ich oczekiwań w tym zakresie ze strony Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego.

3. Współpraca z Miastem Kraków

3.1. Wizyty studyjne

Małopolska Organizacja Turystyczna wraz z Miastem Kraków realizują wizyty studyjne organizowane dla przedstawicieli mediów, w szerokim rozumieniu tego słowa: od tradycyjnych

Plan pracy MOT na 2024

po najnowsze kanały społecznościowe, oraz osób opiniotwórczych. Modus operandi polega na współpracy logistyczno-finansowej z Polską Organizacją Turystyczną i jej szesnastoma ośrodkami zagranicznymi, Ministerstwem Spraw Zagranicznych, ambasadami oraz Instytutami Polskimi, jak również innymi instytucjami zlokalizowanymi na całym świecie. Rocznie takich wizyt odbywa się ok. 80.

3.2. Wizyty branżowe: fam tripy

MOT, Miasto Kraków oraz POT zapraszają do Małopolski także przedstawicieli branży turystycznej, aby – po zapoznaniu się z produktem – włączyli ofertę sprzedaży miasta i regionu do katalogów reprezentowanych przez siebie marek. Wśród takich gości pojawiają się zarówno menedżerowie wielkich międzynarodowych biur podróży, jak i indywidualni agenci zrzeszeni w globalnych sieciach, wreszcie osoby związane z małymi biurami podróży sprzedającymi wysokobudżetowe podróże dopasowane do potrzeb indywidualnych klientów. Polska na czele z Krakowem i Małopolską wciąż cieszy się ogromnym zainteresowaniem ze strony zagranicznych operatorów turystycznych. Na 2024 rok zaplanowano ok. 20 inspekcji grup branżowych, przede wszystkim z krajów Europy Zachodniej, ale również z USA oraz ZEA.

3.3. Targi turystyczne

MOT oraz Miasto Kraków uczestniczą wspólnie w międzynarodowych i krajowych targach turystycznych, w ramach stoiska regionalnego. W 2024 roku Małopolska - we współpracy z Krakowem – promuje się m.in. w Madrycie (FITUR), w Berlinie (ITB), Dubaju (ATM) oraz w Londynie (WTM), jak również na warszawskich targach turystycznych.

3.4. Twierdza Kraków

Jednym ze sposobów na rozproszenie ruchu turystycznego poza centrum miasta oraz zainteresowanie nowych grup turystów jest promocja alternatywnych produktów turystycznych, zwłaszcza z segmentu premium. Przykładem takiego produktu jest Twierdza Kraków. Jest to zespół ponad 100 fortów powstałych w czasach monarchii austro-węgierskiej. Wiele z fortów było w czasach swojej świetności świadectwem rozwoju technologicznego oraz nowoczesności. Śladów potęgi wojskowej Twierdzy Kraków możemy w Krakowie wypatrywać dosłownie wszędzie – zarówno w centrum miasta, jak i na jego obrzeżach. W większości położone są w otoczeniu terenów zielonych. Często są to obiekty znane, jak np. Kopiec Kościuszki, Forty Kleparz, ale niektóre z nich zostały zapomniane i czekają na odkrycie. Część z nich służy mieszkańcom, ale jest też atrakcyjnym miejscem dla turystów. Wśród najbardziej reprezentatywnych fortów wymienić można:

- Fort Borek, w którym mieści się jedna z filii Centrum Kultury Podgórze;
- Fort Jugowice, gdzie utworzono Muzeum i Centrum Ruchu Harcerskiego;
- Fort Benedykt jako siedziba jednego z oddziałów Muzeum Inżynierii i Techniki w Krakowie.

Plan pracy MOT na 2024

Prace nad promocją i upowszechnianiem wiedzy o Twierdzy Kraków są prowadzone intensywnie we współpracy Miasta Kraków z Małopolską Organizacją Turystyczną, jednostkami miejskimi oraz stowarzyszeniami. Opracowano System Identyfikacji Wizualnej, a sam produkt promowany jest m.in. na zagranicznych targach turystycznych. W tym roku powstaje m.in. serial o Twierdzy Kraków (jest już gotowy pierwszy odcinek).

3.5. Małopolska – cel podróży

Dążąc do odbudowy ruchu turystycznego po pandemii COVID-19, Miasto Kraków we współpracy z Województwem Małopolskim oraz MOT realizowało projekt „Małopolska – cel podróży”. Projekt wykonywany był w całości z funduszy unijnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014–2020, a jego budżet wynosił 16 000 000,00 zł. Wszystkie zadania zaplanowane w projekcie rozpoczęły się w 2021 roku i zostały zrealizowane do końca 2023 roku. Głównym celem była promocja Krakowa i Małopolski na arenie międzynarodowej. Pierwotnie zaplanowano działania na rynku niemieckim i brytyjskim, a w dalszej perspektywie także na rynkach austriackim, szwajcarskim, włoskim, skandynawskim i amerykańskim. W 2023 roku kampania kierowana była również do turystów krajowych. W oparciu o koncepcję kreatywną powstało szereg materiałów w tym m.in. charakterystyczne kolaże, spoty promocyjne czy też landing page i media społecznościowe. Zakres działań był bardzo szeroki, realizowane były między innymi ambienty, misje gospodarcze, kampanie w Internecie, kampanie w obszarze MICE. Pierwszy kwartał 2024 r. to rozliczenie projektu.

3.6. Parada Smoków

W dniach 8-9 czerwca 2024 odbyła się 23. Wielka Parada Smoków pn „Smoki bajek, baśni i powieści”. Organizatorem parady był Teatr Groteska, a MOT partnerem.

Wielka Parada Smoków to jedno z najbardziej rozpoznawalnych wydarzeń kulturalnych w Krakowie, organizowane przez Teatr Groteska od 23 lat. Przyciąga setki tysięcy miłośników smoków z różnych zakątków Polski, Europy oraz świata, co potwierdzają liczne relacje medialne, w tym transmisje na żywo w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych, takich jak Polsat News, TVN24 oraz TVP. Wydarzenie zdobywa akredytacje mediów także z odległych krajów, w tym Arabii Saudyjskiej.

W ramach partnerstwa, MOT miał swoje stoisko promocyjno-informacyjne na Bulwarach Wiślanych w postaci Kampera Małopolskiego, stolików, winderów, namiotu i rollupów, gdzie poza wydawnictwami promującymi turystykę w Małopolsce MOT prowadził animacje i atrakcje dla dzieci. Dodatkową atrakcją MOT był balon na ogrzane powietrze „Małopolska zaprasza”.

Prestż Wielkiej Parady Smoków uwidacznia się poprzez obecność dziesiątek tysięcy osób na Bulwarach Wiślanych, które zajmują miejsca z wyprzedzeniem, aby na żywo podziwiać

Plan pracy MOT na 2024

Widowisko. Specjalna loża honorowa gromadzi przedstawicieli mediów, samorządów oraz artystów. Ekwiwalent reklamowy, który oscyluje w granicach wielu milionów złotych, również potwierdza znaczenie wydarzenia w kulturalnym krajobrazie nie tylko Krakowa, ale całej Polski.

Wielka Parada Smoków to wydarzenie niezwykle unikalne w skali Europy, które wyróżnia się na tle innych festiwali. W żadnym innym mieście nie organizuje się imprezy o podobnym formacie, gdzie współgrają ze sobą elementy takie jak zjawiskowa pirotechnika, spektakularne światła, drony i flyboardy, a także wspiana muzyka. Fantazyjne smoki, tworzone przez artystów Teatru Groteska, stanowią fascynujący element, który sprawia, że to wydarzenie jest jedyne w swoim rodzaju i przyciąga uwagę zarówno mieszkańców, jak i turystów z całego świata.

23. Wielka Parada Smoków w Krakowie była wydarzeniem, które nie tylko zintegrowało lokalną społeczność, ale również promowało Małopolskę na arenie międzynarodowej. Partnerstwo w wydarzeniu przyniosło liczne korzyści zarówno dla organizatora, jak i Partnera, podkreślając znaczenie współpracy w tworzeniu i promowaniu kultury.

3.7. Gala Orły Turystyki RP

Konferencja „Turystyka RP” to ważne wydarzenie w kalendarzu branży turystycznej w Polsce, które odbędzie się 28 listopada 2024 roku w Krakowie. Jako partner, Małopolska Organizacja Turystyczna miała swój znaczący wkład w program konferencji, który obejmował różnorodne tematy związane z rozwojem turystyki w Polsce.

Konferencja rozpocznie się od rejestracji i networkingowej powitalnej kawy, co sprzyja nawiązywaniu kontaktów między uczestnikami. Po oficjalnym powitaniu, nowym członkom Krakow Tourism Alliance zostaną wręczone certyfikaty, co podkreśli znaczenie współpracy w branży.

Wykład inauguracyjny wygłosi dr Michał Niezabitowski Dyrektor Muzeum Historycznego Miasta Krakowa, który podzieli się swoimi spostrzeżeniami na temat kierunków rozwoju turystyki. Następnie zaplanowano prezentację Andrzeja Betleja Dyrektora Zamku Królewskiego na Wawelu oraz debatę touroperatorów, w której wezmą udział prezesi czołowych firm na polskim rynku turystycznym. Rozmowy będą dotyczyły tematyki opłat turystycznych oraz ich roli w zrównoważonym rozwoju. Kolejnym prelegentem będzie Norbert Kettner z Vienna Tourist Board, który przedstawi analizę skuteczności tych opłat. Uczestnicy panelu dyskusyjnego poruszą temat ochrony dziedzictwa kulturowego w branży turystycznej.

Kolejny blok tematyczny skupi się na budowaniu polskich marek turystycznych. Uczestnicy będą dyskutowali o konieczności tworzenia rozpoznawalnych marek oraz o wyzwaniach związanych z promocją autentycznych destynacji.

Plan pracy MOT na 2024

Ostatnia część konferencji skupi się na centrach kongresowych, jako akceleratorach zrównoważonego rozwoju, gdzie eksperci omówią rolę tych obiektów we wdrażaniu polityk proekologicznych i wspieraniu lokalnych inicjatyw.

Całość wydarzenia pozwoli na wymianę doświadczeń oraz inspiracji do działania w kierunku zrównoważonej turystyki w Polsce.

3.8. Copernicus Festival 2024

W dniach 21-26 maja 2024 roku w Krakowie trwał Copernicus Festival, czyli szereg bezpłatnych warsztatów i wykładów popularnonaukowych. Wydarzenie odbywało się w krakowskim Muzeum Inżynierii i Techniki. Jako partnerzy imprezy w sobotnie przedpołudnie, tj. 25 maja 2024 roku przyjechaliśmy wraz z camperem Małopolski na miejsce wydarzenia, aby za pomocą materiałów promocyjnych i rozmów zachęcić mieszkańców oraz turystów do aktywnego eksplorowania naszego regionu. Uczestnicy festiwalu między wykładami mogli zajrzeć na nasze stoisko z wydawnictwami promującymi Kraków oraz całą Małopolskę i otrzymać gadżety.

4. Współpraca z Polską Organizacją Turystyczną

4.1. Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT

Po raz kolejny Małopolska Organizacja Turystyczna pełni rolę strategicznego partnera konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej. Wzorem lat ubiegłych Małopolska Organizacja Turystyczna odpowiedzialna jest za właściwą organizację i poziom merytoryczny zgłoszeń do regionalnego etapu konkursu w województwie małopolskim, który poprzedza etap ogólnopolski. Etap regionalny konkursu rozpoczął się już 11 czerwca br. i trwał do 6 września 2024 roku. W tym czasie można było zgłaszać produkty turystyczne o charakterze: a) wydarzenie cykliczne, b) pakiet usług turystycznych / impreza turystyczna, c) obiekt, d) szlak, e) miejsce.

Tegoroczny konkurs wprowadza 4 kategorie certyfikatów.

1. Certyfikat POT,
2. Złoty Certyfikat POT,
3. Certyfikat Turystyczne Odkrycie Roku,
4. Certyfikat Internautów.

Zgłoszone produkty podlegać będą ocenie Regionalnej Kapituły Konkursowej, która wytypuje produkty turystyczne do kolejnego, tym razem, ogólnopolskiego etapu. Wśród wybranych będą maksymalnie 3 produkty turystyczne nominowane do Certyfikatu POT, 1 produkt w kategorii Złoty Certyfikat oraz 1 produkt w kategorii Turystyczne Odkrycie Roku. Ta ostatnia kategoria obejmuje kryteriami produkty turystyczne, tj. posiadające niezwykły potencjał, są mało znane i istnieją na rynku nie dłużej niż dwa lata.

Plan pracy MOT na 2024

Zgłoszenia do etapu regionalnego można było dokonywać za pomocą aplikacji konkursowej na stronie konkurs.pot.gov.pl/konkurs wybierając odpowiednie województwo oraz nazwę konkursu. Zgodnie z regulaminem prawo zgłaszania kandydatur jest nieograniczone i przysługuje Polskiej Organizacji Turystycznej, regionalnym i lokalnym organizacjom turystycznym, jednostkom samorządu terytorialnego, twórcom produktów turystycznych, podmiotom z branży turystycznej (m. in. przedsiębiorcom turystycznym), organizacjom zrzeszającym przedsiębiorców z dziedziny turystyki, w tym samorządu gospodarczego i zawodowego oraz stowarzyszeniom działającym w tej dziedzinie.

Etap ogólnopolski konkursu rozpoczął się 21 września i zakończy 18 października 2024 roku. Wyłonionym w drodze konkursu produktem turystycznym zostaną przyznane, w zależności od kategorii do której je zgłoszono: Certyfikaty POT, Złoty Certyfikat POT lub Certyfikat Turystyczne Odkrycie Roku. Jednocześnie w drodze głosowania internetowego na portalu www.polska.travel przyznany zostanie Certyfikat Internautów.

Ceremonia wręczenia Certyfikatów POT nastąpi 19 listopada 2024r i zakończy tegoroczną edycję konkursu. Produkty turystyczne wyróżnione Certyfikatem POT zostaną włączone w wybrane działania promocyjne POT na rynku krajowym i rynkach objętych działaniami Zagranicznych Ośrodków Polskiej Organizacji Turystycznej do końca następnego roku kalendarzowego. Nagrodą główną dla produktu, który uzyska „Złoty Certyfikat” będzie krajowa kampania promocyjna w 2024 roku o wartości nie mniejszej niż 250 tys. zł.

Tegoroczny etap regionalny cieszył się bardzo dużym zainteresowaniem. W kategorii Certyfikat Zwykły POT - przewidziany dla produktów istniejących nie krócej niż 2 lata - zgłoszonych zostało 8 produktów turystycznych, spośród których wybrane zostaną regulaminowe 3 kandydatury, a spośród nich 1 kandydata do Certyfikatu Internautów. W kategorii Certyfikat Specjalny - przyznawany produktom oryginalnym, mało znanym, mającym niezwykły potencjał, istniejącym na rynku nie dłużej niż dwa lata - zgłoszono 5 produktów turystycznych. W kategorii Złotego Certyfikatu – przyznawanego produktom wyróżnionym już Certyfikatem POT w poprzednich edycjach, w odstępie co najmniej 3 lat - zgłoszono 1 produkt turystyczny. Regionalna Kapituła Konkursu - składająca się z członków Zarządu MOT - wyłoniła kandydatów do etapu ogólnopolskiego:

Certyfikat Internautów:

- Zwiedzanie Kopalni Soli "Wieliczka" Śladami Legend.

Certyfikat POT:

- Zwiedzanie Kopalni Soli "Wieliczka" Śladami Legend,
- Lotniczy Dzień Otwarty Aeroklubu Krakowskiego,
- Muzeum - Zespół Zamkowy w Niedzicy.

Turystyczne Odkrycie Roku:

- Tarnowski Szlak Maszkaronów.

Złoty Certyfikat:

- Sptyw flisacki przetomem Dunajca.

Plan pracy MOT na 2024

Konkurs na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT jest organizowany przez Polską Organizację Turystyczną od 2003 roku, przy współudziale Regionalnych Organizacji Turystycznych jaką jest m.in. MOT. Konkurs ma na celu wyłonienie oraz promocję najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turystów produktów turystycznych w całej Polsce.

4.2. Certyfikacja Informacji Turystycznej

Certyfikacja Informacji Turystycznej w Małopolsce realizowana jest w oparciu o wytyczne Polskiego Systemu Informacji Turystycznej we współpracy z POT. Jest to ważny element zarządzania jakością standardu informacji turystycznej w Małopolsce. Procesowi certyfikacji zostaną poddane punkty informacji turystycznej w ramach Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej a także, te punkty które zgłosiły chęć uczestniczenia w tym procesie, łącznie 30 punktów informacji turystycznej. Do końca sierpnia zostały zebrane wnioski punktów, które wyrażają wolę i chęć poddania się certyfikacji. Kolejno powołana do tego Regionalna Komisja Certyfikacyjna w składzie:

- Marcin Pałach, PIT Tarnów,
- Anna Rzemieniec, PIT Wadowice,
- Krzysztof Kamiński, PIT Oświęcim,
- Anna Kottyś, Info Kraków,
- Anna Kapusta, Info Kraków,
- Agnieszka Bratek, MOT,
- Barbara Pabian, MOT.

Podda ocenie złożone wnioski poprzez wizje lokalną. Następnie po weryfikacji danych umieszczonych we wnioskach zostanie wystana rekomendacja kategoryzacji dla poszczególnych punktów. Krajowa Komisja Certyfikacyjna składające się z członków Polskiej Organizacji Turystycznej na podstawie rekomendacji Regionalnej Komisji Certyfikacyjnej a także załączonych wniosków punktów IT przyzna certyfikaty dla poszczególnych punktów ze wskazaniem odpowiedniej kategorii w zakresie od 1 do 4 gwiazdek.

Cały proces certyfikacji ma zakończyć się do 31 grudnia 2024 roku.

5. Oznakowanie Turystyczne Regionu

Cały proces certyfikacji ma zakończyć się do 31.12.2024 r. W ramach zarządzania oznakowaniem turystycznym regionu w dniach 17.04.2024-28.06.2024 r. przeprowadzono inwentaryzację stanu i mycia oznakowania turystycznego regionu w ramach realizacji projektu pn. „Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej w latach 2023-2024”. Całkowity koszty realizacji: 84 224,25 zł brutto. Celem inwentaryzacji było oklejenie, ocena techniczna i mycie znaków drogowych i tablic informacyjnych wg zestawienia:

- 89 tablic informacyjnych o największych atrakcjach turystycznych Województwa Małopolskiego,

Plan pracy MOT na 2024

- 490 turystyczne znaki drogowe kierujące do największych atrakcji turystycznych Województwa Małopolskiego, w tym po samochodowym szlaku turystycznym „Małopolska - Światowe Dziedzictwo” oraz małopolskim odcinku Południowo-Zachodniego Szlaku Cysterskiego,
- 20 tablic informacyjno-promocyjnych zlokalizowanych przy drogach wjazdowych do Małopolski, tzw. „witaczy”,
- 203 tablic samochodowego szlaku turystycznego „Szlak frontu wschodniego I wojny światowej”.

Łączna ilość znaków poddana ocenie to 802. W ramach zadania wykonano dokumentację fotograficzną zawierającą 2 054 zdjęć. Z 802 tablic informacyjnych/znaków drogowych poddanych inwentaryzacji zlokalizowano, poddano ocenie technicznej i umyto 743. Stwierdzono brak 16 znaków drogowych i tablic informacyjnych, 1 witacza, 20 znaków Szlaku Cysterskiego, 22 znaków Szlaku frontu wschodniego I wojny światowej. Łącznie brak 59 znaków. Część z brakujących znaków zostało zakwalifikowanych w poczet modernizacji SIM Kraków – oznakowanie to zostało usunięte i utylizowane przez Urząd Miasta Krakowa bez wcześniejszych konsultacji z podmiotami odpowiedzialnymi za oznakowanie tj. Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego oraz Małopolską Organizacją Turystyczną.

Z przeprowadzonej inwentaryzacji wynika, iż większość znaków drogowych jest w poprawnym stanie technicznym. Ze względu na ograniczony budżet oraz wzrost kosztów rewitalizacji oznakowania, spośród znaków brakujących i przeznaczonych do naprawy, 14 zakwalifikowano do odtworzenia lub regeneracji. Do końca września br. (27.09.2024) planowane jest odtworzenie brakujących znaków, o łącznej wartości 38 089,41 zł brutto, po wcześniejszych konsultacjach z zarządcami dróg oraz włodarzy terenów i wykonawców prac budowlanych, należących do dotychczasowych lokalizacji posadowienia brakującego oznakowania turystycznego drogowego pionowego.

W ramach realizowanego budżetu przeprowadzono usunięcie starej tablicy informacyjnej SAD ze względu na nieczytelne lico oznakowania. Znak znajdował się na terenie kościoła filialnego św. Jana Chrzciciela i MB Szkaplerznej w Krzesławicach, koszt realizacji usunięcia oznakowania wraz z rewitalizacją terenu po usunięciu wyniósł 1 820,40 zł brutto. Zadanie zrealizowano do dnia 30 sierpnia 2024 roku.

Małopolska Organizacja Turystyczna w bieżącym roku pozytywnie rozpatrzyła projekt graficzny dla znaków drogowych turystycznych: Kopalnia Soli Bochnia 13 km i Kopalnia Soli Bochnia 7 km. Jednocześnie ww. projekty organizacji ruchu zostały rozpatrzone negatywnie ze względu na istniejącą już infrastrukturę oznakowania kierującego do wskazanego miejsca, będącą własnością Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego. Wszelka dokumentacja została przekazana do Departamentu Turystyki.

Plan pracy MOT na 2024

6. Małopolski Festiwal Balonowy „Odlotowa Małopolska” i działania z udziałem Balonu Małopolska

Małopolska Organizacja Turystyczna od kilku lat prowadzi dynamiczne i niezwykle skuteczne działania promocyjne, mające na celu zwiększenie rozpoznawalności regionu zarówno w Polsce, jak i na arenie międzynarodowej. Jednym z najbardziej oryginalnych i przyciągających uwagę elementów tych działań jest wykorzystanie specjalnego balonu promocyjnego oznakowanego hasłem „Małopolska”. Dzięki swoim imponującym rozmiarom i widowiskowym lotom, balon ten stał się symbolem regionu, wzbudzając zainteresowanie i podziw wszędzie tam, gdzie się pojawia. Jest on nie tylko atrakcją samą w sobie, ale również skutecznym narzędziem marketingowym, które pozwala na dotarcie do szerokiej publiczności i budowanie pozytywnego wizerunku Małopolski jako miejsca o wyjątkowych walorach turystycznych, kulturalnych i przyrodniczych. Rok 2024 to 3 Małopolski Festiwal Balonowy „Odlotowa Małopolska”. Małopolski Festiwal Balonowy sprawił, że nasz region stał się jedną z najbardziej lubianych miejscówek balonowej braci. Do Nowego Targu w tym roku przyjechali zawodnicy z Litwy, Łotwy, Węgier i Rumunii, a także oczywiście z Polski. W dniach 22-24 marca gościliśmy blisko 30 załóg. Tradycyjnie nie zabrakło imponującej „Małopolski”, która majestatycznie sunęła ponad Kotliną Nowotarską, Beskidem Wyspowym, Gorcami i Pieninami. Odlotowe załogi stanęły do walki m.in. o Puchar Marszałka Województwa Małopolskiego Balonów na Ogrzane Powietrze, Puchar Prezesa Małopolskiej Organizacji Turystycznej Puchar Burmistrza Miasta Nowy Targ oraz Puchar Wójta Gminy Bukowina Tatrzańska. Honorowymi gośćmi spotkania na nowotarskim lotnisku byli Sebastian Kawa, Flying Dragons Team, Paweł Kozarzewski – Lojak, Piper Cub Team, przedstawiciele sekcji Spadochronowej WKS WAWEL oraz Małopolski Klub Paralotniowy.

Pozostałe wydarzenia w roku 2024 z udziałem balonu Małopolska:

Data	Miejsce	Wydarzenie
22-24 marca	Nowy Targ	III Festiwal Balonowy Odlotowa Małopolska
30 marca	Giebułtów	Święcenie pokarmów
4 kwietnia	Mszana Dolna	Gala Zagórzańskie Dziedziny
2 maja	Kasina	Rajd motorowerów
17 maja	Kraków, Muzeum Lotnictwa	Noc Muzeów
7 czerwca	Wadowice	Valvoline Rajd Małopolski
8 czerwca	Kraków Bulwary Wiślane	Parada Smoków
9 czerwca	Krzyszowice	Piknik Rodzinny

Plan pracy MOT na 2024

9 czerwca	Kraków, Muzeum Lotnictwa	Święto Małopolski
17 czerwca	Kiry	Nagrania Miss Polonia
6 lipca	Szczecinek	Festiwal Balonowy Szczecinek
26 lipca	Łącko	nagrania dla TVP 3 w związku z odbywającym się w weekend Hill Climb Limanowa Official - Wyścig Górski "Przetęcz pod Ostrą"
10-11 sierpnia	Ogrodzieniec	Baloniada
16 sierpnia	Łotwa - Ryga,	Lot nad Rygą
17 sierpnia	Łotwa - Dyneburg	Lot nad Dyneburgiem
18 sierpnia	Litwa - Troki	Lot nad Trokami
25 sierpnia	Kraków, Muzeum Lotnictwa	Święto Lotnictwa Polskiego
1 września	Klucze	Małopolska Tour
15 września	Babice	Juromania

7. Działania promocyjne realizowane z udziałem Campera Małopolskiego

W 2024 Camper Małopolski realizuje założenia statutowe Małopolskiej Organizacji Turystycznej. Za pomocą mobilnej wizytówki regionu promocja prowadzona była m.in. na wybranych imprezach targowych, koncertach oraz innych imprezach, na które zapraszany jest Camper Małopolski.

W 2024 r. realizujemy następujące kampanie promocyjne przy udziale Małopolskiego Campera za granicą:

- 13-14 kwietnia 2024: Austria (Wiedeń)

W dniach 13-14 kwietnia br. uczestniczyliśmy w festiwalu Argus Bike Festival, który w tym roku obchodził 25 lecie. Wydarzenie trwające we Wiedniu nieprzerwanie od 1999 roku to największe targi rowerowe w Europie. W tegorocznych zawodach Dirt Battle Vienna udział brali polscy zawodnicy Dawid Godziek i Przemysław Abramowicz. Natomiast z Małopolską Organizacją Turystyczną region promował Mistrz Europy w Trialu Mikołaj Woźniak. Przez dwa dni na terenie festiwalu pojawiło się ponad 100 000 osób, w paradzie rowerowej udział wzięło 10 000 rowerzystów, a wokół głównej areny miejsce znalazło ponad 100 wystawców z całego świata.

Małopolska Organizacja Turystyczna razem z Polską Organizacją Turystyczną, Beskidy Śląskie.Pozytywna Energia i Śląsk Cieszyński promowała walory Małopolski oraz

Plan pracy MOT na 2024

Krakowa, a przede wszystkim trasy Velo Małopolska. Szczegółowe materiały drukowane oraz online budziły zaniepokojenie, zwłaszcza, że większość tras znajduje się w pobliżu lub jest częścią Euro Velo.

- 13-15 czerwca 2024: Czechy (Ostrawa, Praga)
13 czerwca br. Małopolska Organizacja Turystyczna wzięła udział jako wystawca ze stoiskiem promocyjnym opartym o kampera Małopolskiego i warsztaty obwarzanka wraz z degustacją Małopolskich win podczas XXX spotkania Biznesu Czech, Polski i Słowacji w ogrodzie Konsulatu Generalnego Polskiej Rzeczypospolitej w Ostrawie. Stoisko promocyjne Małopolski cieszyło się bardzo dużym zainteresowaniem wśród odwiedzających je biznesmanów z Czech i Słowacji. Te wydarzenia przyciągnęły uwagę mediów oraz mieszkańców, co wpisuje się w szerszą strategię promocji Małopolski. Zrealizowano też działania promocyjne dzięki współpracy z ZOPOT Praga oraz Instytut Polski w Pradze podczas Dni Polskich w ogrodach Ambasady RP w Pradze. Wydarzenie „Polsky Den w zahradah” to rodzinna impreza gromadząca około 4 000 uczestników, co roku frekwencja jest coraz wyższa, a do ogrodów przybywają setki Czechów zainteresowanych kulturą i atrakcjami Polski. Podczas tego wydarzenia MOT promował region za pomocą mobilnego stoiska przy kamperze oraz wraz z Żywym Muzeum Obwarzanka, które prowadziło rodzinne warsztaty dotyczące atrakcji Krakowa. Poza stoiskiem MOT swoje osobne stoisko promocyjne miało także miasto Tarnów, które poza wydawnictwami zachęcało turystów do odwiedzin poprzez degustację lokalnych specjałów kulinarnych, stoisko to cieszyło się ogromnym zainteresowaniem. Na potrzeby tego wydarzenia i innych MOT wydał specjalną edycję wydawnictwa „Atrakcje turystyczne Małopolski” w języku czeskim.
- 29 czerwca 2024, Węgry (Budapeszt)
MOT zaprezentował atrakcje turystyczne Małopolski w centrum Budapesztu oraz odbył się przelot balonem Małopolski nad miastem. Na potrzeby tego wydarzenia i innych MOT wydał specjalną edycję wydawnictwa „Atrakcje turystyczne Małopolski” w języku węgierskim.
- 11-16 sierpnia: Włochy (Usseglio)
13 lipca br. rozpoczęły się targi regionalnego sera toma w miejscowości Usseglio, podczas których na zaproszenie władz Usseglio mieliśmy stoisko promocyjne z produktami regionalnymi, przede wszystkim z oscypkiem i regionalnymi winami z Małopolski. Była to także doskonała okazja do spotkania z przedstawicielami Zagranicznego Ośrodka Polskiej Organizacji Turystycznej, którzy przybyli na zaproszenie MOT do Usseglio, celem omówienia możliwości promocji Małopolski we Włoszech oraz zacieśniania współpracy międzyregionalnej z włoskimi regionami (Piemont, Toskania, Lacjum).
Pierwotnie podróż była planowana również do innego piemonckiego miasteczka Cogne, gdzie na 12 lipca br. zaplanowano uroczystą inaugurację wystawy fotografii archiwalnej Natura i kultura: góry, które inspirowały, przygotowanej przez Muzeum Tatrzańskie – Instytucję Kultury Województwa Małopolskiego wraz z władzami Cogne i Usseglio, gdzie

Plan pracy MOT na 2024

wystawę można było oglądać od 6 lipca do końca wakacji. Z uwagi na intensywne deszcze wydarzenia w Cognie zostały przesunięte na przyszły rok.

- 13-19 sierpnia: Łotwa-Litwa (Aglona, Dyneburg, Ryga, Wilno, Troki)
Aby nie ograniczać działań tylko do jednodniowego wydarzenia w stolicy, zaplanowaliśmy trasę obejmującą następujące punkty: Aglona (15.08) – jako ośrodek kultury maryjnej, przyciągający w tym dniu katolików z całej Łotwy, Dyneburg (16.08) – jako stolica Łatgalii, regionu partnerskiego Małopolski (od 2013 r.) oraz Ryga (17.08) – tzw. urodziny Rygi. Jako dodatkową atrakcję w Dyneburgu, Rydze i Wilnie-Trokach zaplanowaliśmy lot małopolskim balonu (z napisem: Małopolska zaprasza) nad tymi miastami, o ile warunki pogodowe będą korzystne.
- 17-22 września: Włochy (Rzym)
19 września br. o godzinie 18:00, w Nobile Collegio Chimico Farmaceutico na Forum Romanum, Małopolska Organizacja Turystyczna wraz z partnerami: Zagranicznym Ośrodkiem Polskiej Organizacji Turystycznej w Rzymie, Instytutem Polskim, Toskańską Organizacją Turystyczną oraz Urzędem Miasta Krakowa zorganizowali imprezę promocyjną „Polonia e Toscana. Armonie rinascimentali” (Polska i Toskania. Harmonia renesansowa).
Tematem przewodnim imprezy promocyjnej była gastronomia i kultura, w tym przede wszystkim wpisanie krakowskich restauracji do przewodnika Michelin, oraz łączące Małopolskę i Toskanię (które nawiązały pierwszą współpracę w 2022 roku i mamy nadzieję tym wydarzeniem tę współpracę pogłębić) wspólne dziedzictwo renesansowe. Na wydarzeniu wystąpił Balet Cracovia Danza, wraz z toskańskim zespołem Auser Musici, a za część gastronomiczną odpowiadała restauracja „Fiorentina. Dom Polski” oraz restauracja „Amorvino” z Toskanii.

Data	Miejsce	Wydarzenie
10-11.02.2024	Zakopane	Daj się Ugościć w Małopolsce, Misja zima
17-18.02.2024	Krynica-Zdrój	Daj się Ugościć w Małopolsce, Misja zima
22-24.03.2024	Nowy targ	Odlotowa Balonowa
12-13.04.2024	Wiedeń	Argus Bike Festival
04-05.2024	Niedzica, Stara Lubowla, Miskolc	Karpacki Wyścig Kurierów
25.05.2024	Kraków	Copernicus Festival
08.06.2024	Kraków	Smoczy Piknik Rodzinny
15.06.2024	Praga	Dzień Polski
29.06.2024	Budapeszt	I Festiwal Narodów, czyli Dzień Polski

Plan pracy MOT na 2024

12-14.07.2024	Usseglio	Mostra Nazionale della Toma di Lanzo
11.08.2024	Limanowa	Festyn z okazji 700-lecia parafii w Łososinie Górnej
12-19.08.2024	Łotwa, Litwa	Trasa promocyjna Małopolskiego Campera
25-27.08.2024	Olsztyn	Campus Polska
31.08.2024	Szerzyny	Wielkie Otwarcie Kompleksu Rekreacyjnego w Szerzynie
1.09.2024	Klucze	Małopolska Tour
13-15.09.2024	Zamek Ogrodzieniec	Juromania
17-22.09.2024	Rzym	Polska i Toskania. Harmonia renesansowa
11-12.10.2024	Szczawnica	Redyk

8. Projekty OpenRegioCulture / WSTiE w Suchej Beskidzkiej

Małopolska Organizacja Turystyczna oraz Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej podpisały umowę współpracy na realizację zadania pn. „Oferta uczelni dla transformacji energetycznej w Małopolsce Zachodniej” finansowanego z Narodowego Centrum Badań i Rozwoju.

Celem projektu jest przygotowanie kompleksowej oferty kształcenia dla lokalnej administracji i kluczowych interesariuszy w kontekście transformacji energetycznej Małopolski Zachodniej. Cel zostanie zrealizowany w okresie: 1.09.2024 – 31.08.2026 roku poprzez opracowanie obudowy merytorycznej, tj. materiałów dydaktycznych uwzględniających regionalne specjalizacje dla wybranych na etapie diagnozy kwalifikacji, w szczególności funkcjonujących w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji. Projekt zakończy przetestowanie i wdrożenie do praktyki utworzonego modelu.

W oparciu o przeprowadzoną diagnozę, zdecydowano się skierować wsparcie dla grupy 200 osób -urzędników i pracowników NGO z obszaru Małopolski Zachodniej. Jest to obszar silnie uzależniony od węgla i przemysłu wydobywczego.

Projekt jest odpowiedzią na trwającą obecnie w Europie i Polsce transformację energetyczną, w wyniku której miejsca pracy w górnictwie i sektorach pokrewnych mają być w tym regionie ostatecznie wygaszone do 2049r. Jest to powiązane z procesem ogromnej zmiany społecznej na wielu szczeblach: edukacyjnym, rynku pracy, społecznym. Kluczowa kadra do skutecznego przeprowadzenia procesu to interesariusze z szeroko pojętego sektora publicznego w tym: administracja publiczna, pracownicy JST i ich jednostek organizacyjnych (np. urzędów pracy, jednostek organizacyjnych, jednostek pomocy społecznej, komórek inwestycyjnych), a także pracownicy tzw. 3 sektora, jako osoby animujące i odpowiadające za

Plan pracy MOT na 2024

rozwój lokalny i jednocześnie wspieranie grup zagrożonych ubóstwem i wykluczeniem społecznym.

Jednymi z najbardziej perspektywicznych sektorów mający potencjał stworzenia dodatkowych miejsc pracy w województwie Małopolskim są przemysły kreatywne i czasu wolnego. Rozumiane są jako wytwarzanie, wystawiennictwo, sprzedaż i produkcję dóbr chronionych prawami autorskimi, działalność kulturalną i branży turystycznej. Wybrane w projekcie kwalifikacje wynikają z przeprowadzonej diagnozy i wpisują się w potrzeby rozwojowe regionu w w/w zakresie. Zdiagnozowana luka kompetencyjna dotyczy w szczególności umiejętności z obszaru: zarządzania z uwzględnieniem zrównoważonego rozwoju, używania narzędzi ICT wspierających proces obsługi klienta; skutecznego komunikowania się; profesjonalnej obsługi kontrahentów; z użyciem nowych technologii w tym AI.

Projekt odpowiada na zdiagnozowane potrzeby w obszarze skutecznego wdrożenia zmian w związku z długoletnim, a właśnie rozpoczynającym się procesem transformacji, który finalnie ma zakończyć się w 2049 roku. Liderem projektu jest Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii, która ma siedzibę w Małopolsce, graniczy z obszarem Małopolski Zachodniej i działa na rzecz rozwoju społeczno-gospodarczego.

Partnerstwo z Małopolską Organizacją Turystyczną, organizacją zrzeszającą licznych pracodawców z regionu (firm i instytucje turystyczne i okotourystyczne, NGO) zapewni opracowanie rozwiązań wspierających sektor turystyczny, która ma ogromny potencjał dla rozwoju. Małopolskę odwiedziło 10 mln turystów, z czego 2,65 mln zagraniczni, z których znaczną część przyciąga bogactwo dziedzictwa kulturowego regionu.

Grupami docelowymi są pracownicy sektora finansów publicznych oraz sektora non-profit, którzy do projektu zgłaszać się będą z własnej inicjatywy, a rekrutacja będzie otwarta. Grupa docelowa obejmuje obszar powiatów zdefiniowanych w Terytorialnym Planie Sprawiedliwej Transformacji (TPST) dla Małopolski Zachodniej jako najbardziej narażone na negatywne zjawiska transformacji i powiązane bezpośrednio z nimi sąsiadujących, które również narażone są na negatywne zjawiska ze względu na pracę tych osób w powiatach „górnicych”. Należą do nich powiaty: oświęcimski, chrzanowski, olkuski, wadowicki, suski, miechowski, myślenicki, krakowski.

Projekt obejmuje 2 zadania:

- **Zadanie numer 1**

Nazwa zadania: **Opracowanie i dostosowanie materiałów dydaktycznych (manuale, zestawy ćwiczeniowe i prezentacje dla wykładowcy i uczestników) na szkolenia z uwzględnieniem Regionalnych Inteligentnych Specjalizacji i transformacji energetycznej**

Data rozpoczęcia: 2024-09-01

Data zakończenia: 2024-11-30

Plan pracy MOT na 2024

Opis zadania:

Opracowanie materiałów dydaktycznych w celu skutecznego wdrożenia procesu szkoleniowego, uwzględniającego potrzeby grupy docelowej w oparciu o przeprowadzoną diagnozę. Materiały zostaną opracowane w odniesieniu do kwalifikacji rynkowych, zaplanowanych we wniosku jako kluczowe z punktu rozwoju lokalnego rynku, tj.:

1. Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing),
2. Zarządzanie relacjami z klientem z wykorzystaniem CRM,
3. Zarządzanie zrównoważonym rozwojem miasta w kontekście Smart City,
4. Kompetencje społeczne,
5. Techniki sprzedaży,
6. Szkolenie online: ochrona danych osobowych.

Rolą Małopolskiej Organizacji Turystycznej w projekcie będzie ocena zgodności założeń metodycznych i zakresu merytorycznego z potrzebami lokalnego i regionalnego rynku pracy, w szczególności w kontekście oczekiwań branży przemysłu kreatywnego i czasu wolnego. Włączenie MOT w proces ma na celu położenie w materiałach nacisków na kształcenie praktyczne, opracowanie konkretnych studiów przypadku, z którymi na co dzień spotykają się pracownicy. Dzięki temu proces szkoleniowy będzie jak najbardziej zbliżony do rzeczywistych warunków i stanowisk pracy. Za opracowanie materiałów odpowiadają eksperci uczelni WSTiE posiadający min. pięcioletnie doświadczenie w danej dziedzinie (np. prowadzenie zajęć ze studentami/uczniami). Oceny zgodności dokona kadra Partnera - praktycy posiadający min. 2 lata doświadczenia branżowego (np. współpracy z pracodawcami, doświadczenie w sieciowaniu przedsiębiorców, diagnozowaniu ich potrzeb).

- **Zadanie numer 2**

Nazwa zadania: **Tutoring indywidualny z ekspertami branżowymi**

Data rozpoczęcia: 2024-09-01

Data zakończenia: 2026-08-31

Opis zadania:

Efektywne przeprowadzenie procesu szkoleniowego i tym samym skuteczne wdrożenie modelu.

Część I:

Tutoring (forma nauki indywidualnej) ma na celu wzmocnienie efektów uczenia.

Zakres:

- -rozumienie dynamiki zmian w otocz.spół.-gosp.w tym na rynku pracy oraz w zakresie potrzeb nieustannego podnoszenia swoich kompetencji,
- -umiejętność prezentacji swoich poglądów, ich argumentacja w powiązaniu z motywem przewodnim szkolenia,

Plan pracy MOT na 2024

- -umiejętność analizy i syntezy treści,
- -umiejętność powiązania treści z otoczeniem ekonomicznym, społecznym i kulturowym.

Część II:

Ze względu na położenie w projekcie nacisku na rozwój sektora turystycznego, wskazanego jako kluczowy dla rozwoju Małopolski Zachodniej, tutoring obejmie również działania uświadamiające i podnoszące wiedzę nt. roli sektora publicznego w tym zakresie i obejmie zagadnienia:

- stan obecny, perspektywy, możliwości rozwoju, zarobki, zatrudnienie w przemyśle kreatywnym,
- kierunki szkoleń i edukacji związane z sektorem kreatywnym w województwie małopolskim – te oczywiste i te mniej oczywiste,
- przykładowe narzędzia i technologie wdrażania zrównoważonej turystyki,
- oczekiwania pracodawców i przedsiębiorców z sektora wobec administracji publicznej.

9. Otwarty Szlak Architektury Drewnianej

Małopolska Organizacja Turystyczna w imieniu Samorządu Województwa Małopolskiego zarządza Szlakiem Architektury Drewnianej w Małopolsce.

Latem 2024 roku do zwiedzania udostępniono 46 drewnianych obiektów Szlaku Architektury Drewnianej w Małopolsce. To głównie kościoły i cerkwie, ale również obiekty świeckie: dwór drewniany w Świdniku, spichlerz dworski w Ryglicach i Muzeum Biograficzne Władysława Orkana „Orkanówka” w Porębie Wielkiej. Większość obiektów zwiedzać można było w lipcu i sierpniu, kościoły w Orawce, Szalowej i Sromowcach Niżnych w okresie: czerwiec-sierpień, a kościoły i cerkwie znajdujące się na liście UNESCO otwarte są przez cały bieżący rok.

Lista obiektów udostępnionych do zwiedzania w 2024 roku:

1. Binarowa, Kościół pw. św. Michała Archanioła (Lista UNESCO),
2. Dębno Podhalańskie, Kościół pw. św. Michała Archanioła (Lista UNESCO),
3. Lipnica Murowana, Kościół pw. św. Leonarda (Lista UNESCO),
4. Sękowa, Kościół pw. św. św. Apostołów Filipa i Jakuba (Lista UNESCO),
5. Brunary Wyzne, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Michała Archanioła (Lista UNESCO),
6. Kwiaton, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Paraskewy (Lista UNESCO),
7. Owczary, Cerkiew greckokatolicka pw. Opieki Bogurodzicy NMP (Lista UNESCO),
8. Powroźnik, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Jakuba Młodszego Apostoła (Lista UNESCO),
9. Bartne, Cerkiew prawosławna pw. św. św. Kosmy i Damiana,
10. Barwałd Dolny, Kościół parafialny pw. św. Erazma Biskupa i Męczennika,
11. Bielanka, Cerkiew greckokatolicka pw. Opieki Najświętszej Marii Panny,

Plan pracy MOT na 2024

12. Czarna, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Dymitra,
13. Czerмна, Kościół pw. św. Marcina,
14. Dubne, Cerkiew pw. św. Michała Archanioła,
15. Grywałd, Kościół pw. św. Marcina Biskupa,
16. Jawiszowice, Kościół pw. św. Marcina,
17. Kraków-Mogiła, Kościół pw. św. Bartłomieja,
18. Krynica Zdrój, Kościół Przemienienia Pańskiego i Matki Boskiej Częstochowskiej,
19. Leluchów, Cerkiew św. Dymitra,
20. Łopuszna, Kościół parafialny pw. Świętej Trójcy i św. Antoniego Opata,
21. Łosie, Cerkiew greckokatolicka pw. Narodzenia Najświętszej Marii Panny,
22. Łososina Górna, Kościół pw. Wszystkich Świętych,
23. Łukowica, Kościół pw. św. Andrzeja Apostoła,
24. Męcina, Kościół pw. św. Antoniego Opata Pustelnika,
25. Nowica, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Paraskewy,
26. Paczółtowice, Kościół pw. Nawiedzenia NMP,
27. Poręba Wielka, Muzeum Biograficzne Władysława Orkana „Orkanówka”,
28. Przydonica, Kościół pw. Matki Bożej Różańcowej,
29. Przystop, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Michała Archanioła,
30. Ractawice, Kościół pw. Narodzenia Najświętszej Maryi Panny,
31. Rajbrot, Kościół parafialny pw. Narodzenia Najświętszej Marii Panny,
32. Rygllice, Spichlerz dworski,
33. Skawinki, Kościół parafialny pw. św. Joachima,
34. Szyk, Kościół pw. św. Stanisława Biskupa i św. Barbary,
35. Świdnik, Dwór drewniany w Świdniku,
36. Trybsz, Kościół pw. św. Elżbiety Węgierskiej w Trybszu,
37. Tylicz, Kościół pw. Świętych Apostołów Piotra i Pawła,
38. Tylicz, Cerkiew greckokatolicka św. Kosmy i Damiana,
39. Tymowa, Kościół parafialny pw. św. Mikołaja Biskupa,
40. Uście Gorlickie, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Paraskewy,
41. Wierchomla Wielka, Cerkiew pw. św. Michała Archanioła,
42. Wołowiec, Cerkiew prawosławna pw. Opieki Matki Bożej,
43. Zwoja, Kościół pw. św. Klemensa,
44. Orawka, Kościół pw. św. Jana Chrzciciela,
45. Szalowa, Kościół pw. św. Michała Archanioła,
46. Sromowce Niżne, Kościół pw. św. Katarzyny.

Plan pracy MOT na 2024

10. Plan finansowy Małopolskiej Organizacji Turystycznej na 2024 rok

PRZYCHODY

Lp.	Pozycja	Plan 2024
1.	SKŁADKI CZŁONKOWSKIE	5 412 000,00 zł
	Województwo Małopolskie	5 005 260,00 zł
	Miasto Kraków	150 000,00 zł
	Pozostali członkowie	256 740,00 zł
2.	ŚRODKI POZYSKIWANE Z INNYCH ŹRÓDEŁ	7 566 500,99 zł
	Województwo Małopolskie – Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej (MSIT) - w latach 2023-2024	1 320 400,00 zł
	Województwo Małopolskie – Utrzymanie trwałości projektu m_MSIT - mobilny System Informacji Turystycznej - i jego rozwój w latach 2023-2024	850 000,00 zł
	Województwo Małopolskie – Małopolska. Meeting&Travel	3 100 000,00 zł
	Województwo Małopolskie – Poznaj region - wyprawy turystyczne po Małopolsce	800 000,00 zł
	Województwo Małopolskie – Badania ruchu turystycznego w województwie małopolskim w roku 2024	400 000,00 zł
	Regionalny Program Operacyjny Województwa Małopolskiego 3.3.1. - „Małopolska - cel podróży”	4 795 884,99 zł
	Inne zlecenia, dotacje, sponsoring (kampanie promocyjne, targi turystyczne, imprezy promocyjne, wizyty studyjne, badania ruchu turystycznego, itp.)	1 548 116,00 zł
	Narodowe Centrum Badań i Rozwoju - Oferta uczelni dla transformacji energetycznej w Małopolsce Zachodniej (WSTiE - Lider, MOT - partner)	22 500,00 zł
	PRZYCHODY RAZEM (suma poz. 1-2)	12 978 500,99 zł

Plan pracy MOT na 2024

KOSZTY

Lp.	Pozycja	Plan 2024
1.	KOSZTY BIEŻĄCE (czyszniz, telefon, energia elektryczna, sprzętanie, środki czystości, artykuły spożywcze, obsługa księgowia i prawna, magazyn, itp.)	900 000,00 zł
2.	Doposażenie biura (meble, sprzęt komputerowy, oprogramowanie itp.)	90 000,00 zł
3.	DZIAŁALNOŚĆ MERYTORYCZNA	10 948 500,99 zł
	MSIT - Utrzymanie trwałości projektu m_MSIT - mobilny System Informacji Turystycznej - i jego rozwój w latach 2023-2024	1 320 400,00 zł
	m_MSIT - Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej (MSIT) - w latach 2023-2024	850 000,00 zł
	Małopolska. Meeting&Travel	3 100 000,00 zł
	Poznaj region - wyprawy turystyczne po Małopolsce	800 000,00 zł
	Badania ruchu turystycznego w województwie małopolskim w roku 2024	400 000,00 zł
	Otwarty Szlak Architektury Drewnianej	1 300 000,00 zł
	Organizacja koncertów muzycznych w ramach: cyklu koncertów w górskich schroniskach na terenie Małopolski pn. "Księżycowe Granie" oraz Festiwalu „Muzyka Zakłeta w Drewnie”	100 000,00 zł
	Przygotowanie do złożenia wniosku pod roboczym tytułem "Na górskich szlakach Małopolski" oraz kontynuacja prac nad programem rozwoju turystyki górskiej w Małopolsce	200 000,00 zł
	Targi turystyczne i prezentacje promocyjne	500 000,00 zł
	Study press, Study tours, blogerzy, touroperatorzy, itp.	450 000,00 zł
	Badania ruchu turystycznego / badania opinii publicznej / opracowania eksperckie	200 000,00 zł
	Promocja połączeń lotniczych	250 000,00 zł
	Projekty i kampanie promocyjne, w tym m.in. promocja w telewizji oraz w radio, wykorzystanie Małopolskiego Campera oraz Małopolskiego Balonu, Parada Smoków, itp.	1 455 600,99 zł
	Oferta uczelni dla transformacji energetycznej w Małopolsce Zachodniej (WSTiE - Lider, MOT - partner)	22 500,00 zł
4.	KOSZTY ADMINISTRACYJNE OSOBOWE	1 040 000,00 zł
	Wynagrodzenie pracownicze + narzuty	990 000,00 zł
	Delegacje	50 000,00 zł
	KOSZTY RAZEM (suma poz. 1-4)	12 978 500,99 zł