



Małopolska Organizacja Turystyczna

Załącznik do Uchwały nr 03/09/2024
Walnego Zebrania
Członków Małopolskiej Organizacji Turystycznej
z dnia 27 września 2024 roku

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MAŁOPOLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ ZA ROK 2023

Ryglice, dnia 27 września 2024 roku

I. Spis treści

1. Rok 2023.....	4
1.1. Projekt „Małopolska – cel podróży” (część zagraniczna)	5
1.2. Kampania „Małopolska – cel podróży” (część krajowa)	8
1.3. Współpraca z telewizją oraz RMF FM	12
1.3.1. Współpraca z telewizją	12
1.3.2. RMF FM	15
1.4. Promocja połączeń lotniczych i współpraca z Kraków Airport	17
1.5. Współpraca z Miastem Kraków	19
1.5.1. Wizyty studyjne	19
1.5.2. Wizyty branżowe: fam tripy	20
1.5.3. Targi turystyczne	20
1.5.4. Twierdza Kraków	20
1.5.5. Respect Kraków	21
1.5.6. Małopolska – cel podróży	21
1.6. Działania promocyjne MOT w sieci	22
1.7. Turystyczne Skarby Małopolski	24
2. Projekty	25
2.1. Wizyty studyjne dla dziennikarzy i touroperatorów	25
2.2. Igrzyska Europejskie	29
2.3. Juromania	30
2.4. Targi Turystyczne	30
2.5. Małopolski System Informacji Turystycznej	31
2.6. Badania ruchu turystycznego w Małopolsce	37
2.7. Badania ruchu turystycznego w Krakowie	39
2.8. Badania podażowe w Małopolsce	42
2.9. Badania podażowe w Krakowie	43
2.10. Otwarty Szlak Architektury Drewnianej	44
2.11. Projekty „Poznaj region” oraz „Małopolska – Meeting&Travel”	46
3. Współpraca z Polską Organizacją Turystyczną i Ministerstwem Sportu i Turystyki	49
3.1. Europejski Kongres Sportu i Turystyki	49

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

3.2. Konferencja branżowa 2.0. WSPÓŁPRACA - INNOWACJE - TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA.....	50
3.3. Współpraca z Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych.....	51
3.4. Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT.....	53
3.5. Polski Bon Turystyczny.....	54
3.6. Mobilne Centrum Edukacji Turystyczna Szkoła.....	56
3.7. Pozostała współpraca z POT i MSiT	56
4. Oznakowanie turystyczne regionu.....	57
5. Małopolski Festiwal Balonowy „Odlotowa Małopolska” i działania z udziałem Balonu Małopolska.....	58
6. Działania promocyjne realizowane z udziałem Campera Małopolskiego	60
7. 60. Europa Rally.....	61

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

1. Rok 2023

Miniony rok był okresem szczególnych wyzwań dla Małopolskiej Organizacji Turystycznej. W tło jej działań wpisały się - z jednej strony - okoliczności i czynniki zewnętrzne, które nie sprzyjały wzrostowi turystyki przyjazdowej do Małopolski. Wśród nich można wymienić trwającą wojnę w Ukrainie, galopującą inflację, a także odmrożenie wieloletniego konfliktu zbrojnego w strefie Gazy i Izraelu. Wszystkie te czynniki spowalniały w różnym stopniu i skali odbudowę ruchu turystycznego w Małopolsce, jaką obserwować można było często w przypadku światowej turystyki. Ostatecznie w ubiegłym roku zakończono realizację programu bonu turystycznego, wyjątkowo korzystnego dla małopolskiej branży turystycznej. W połowie roku 2023 oficjalnie odwołano stan zagrożenia epidemicznego, który trwał od marca 2020 r. Małopolska była gospodarzem wyjątkowych na skalę kraju międzynarodowych wydarzeń. Nie bez znaczenia dla rozwoju turystyki były: III Igrzyska Europejskie 2023 - największe sportowe wydarzenie ubiegłego roku, 60 edycja najstarszego w Europie zlotu camperowego Europa Rally - również wyjątkowe wydarzenie w swej kategorii, oraz obchody 45. rocznicy wpisania Krakowa na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO.

W tych okolicznościach Małopolska Organizacja Turystyczna realizowała szereg działań mających za cele główne promocję Małopolski jako atrakcyjnej destynacji turystycznej i ożywienie turystyki w postpandemicznych warunkach. W ubiegłym roku zakończyliśmy realizację największego w historii Krakowa i Małopolski projektu promocyjnego *Małopolska – Cel Podróży*. Niewątpliwie to największe przedsięwzięcie w historii MOT ukierunkowane na przywrócenie przyjazdowego ruchu turystycznego do Małopolski do poziomu sprzed pandemii, z najważniejszych rynków emisyjnych jak Wielka Brytania, Niemcy, USA, krajów skandynawskich oraz rynku krajowego (kampania *Daj się ugościć! Odwiedź Kraków, Odkryj Małopolskę*). Projekt ten w 100% finansowany był ze środków Unii Europejskiej (całościowy budżet projektu 24 mln. złotych) a realizowany był przez MOT w partnerstwie z Województwem Małopolskim i Miastem Kraków]. To wielowymiarowe zadanie aktywowało także małopolską branżę turystyczną m.in. poprzez udział w wizytach studyjnych i misjach gospodarczych oraz zagranicznych i krajowych targach turystycznych. Podobny charakter promocji oferty turystycznej Małopolski miało zadanie p.n. *Małopolska Meeting & Travel* promujący Małopolskę m.in. na rynkach pozaeuropejskich, w tym szczególnie w wielce obiecujących krajach arabskich. Z kolei kontynuowany od lat *Małopolski System Informacji Turystycznej* oraz jej bliźniacza mobilna wersja – m_MSIT konsekwentnie zapewniały wsparcie promocyjne walorów turystycznych i skuteczną komunikację marketingową regionu. Jej adresatami byli mieszkańcy Małopolski, kraju oraz turyści zagraniczni. Efekty tego działania widoczne są zarówno w warstwie cyfrowej (portal visitmalopolska.pl, media cyfrowe i społecznościowe) jak i analogowej, zapewniając: drukowane materiały promocyjne, utrzymanie oznakowania turystycznego, funkcjonalne przedmioty reklamowe, itp.

W działaniach promocyjnych Małopolska Organizacja Turystyczna wykorzystwała również na wyjątkową skalę różne kanały dystrybucji informacji, począwszy od mediów cyfrowych

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

i społecznościowych, a skończywszy na mediach tradycyjnych i największych stacjach telewizyjnych i radiowych. Małopolska była wielokrotnie sceną wydarzeń, przedmiotem rozmów, a jej nazwa odmieniana w superlatywach przez wszystkie przypadki w takich programach jak: *Pytanie na Śniadanie, MasterChef, MasterChef – Wielkie Grillowanie, Polska na Weekend, Dzień dobry TVN, Dzień dobry Wakacje, Odkryj Polskę, Sanatorium Miłości* lub w radiu RMF FM. Równocześnie Małopolska Organizacja Turystyczna zachęcała do odwiedzenia Małopolski poprzez aktywizację zainteresowanych regionem do udziału w: wojewódzkim konkursie *Turystyczne Skarby Małopolski*, ogólnopolskim konkursie *Najlepszy Produkt Turystyczny -Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej 2023*, operowych spektaklach dla młodzieży (*Poznaj Region*), wspólnej podróży kolejami po Polsce do Małopolski (*Pociąg do Małopolski*), lotach balonem Małopolskim (*Odlotowa Małopolska i inne*) lub wspólnej zabawy z ekipą kampera Małopolskiego (*Mobilne Centrum Edukacji Turystyczna Szkoła i inne*). Impuls do działania, tym razem na korzyść rozwoju regionu i doskonalenia jakości jej oferty turystycznej, Małopolska Organizacja Turystyczna wysyłała również do szerokiego grona interesariuszy rynku turystycznego, przedstawicieli samorządowych, rządowych, branży turystycznej, samorządów gospodarczych, wspierając lub współorganizując konferencje branżowe: *Współpraca – Innowacja – Turystyka Zrównowazona* czy *Europejski Kongres Sportu i Turystyki*.

Jak co roku Małopolska Organizacja Turystyczna prowadziła badania ruchu turystycznego w Krakowie i Małopolsce. Ten monitoring ruchu turystycznego w regionie oraz na rynku usług turystycznych wykazał za zeszły rok rekordową liczbę odwiedzających: 20,8 mln., wyższą niż przed pandemią. Dzięki badaniom dostrzec możemy znaczące zmiany w strukturze odwiedzających, ze zdecydowaną przewagą krajowych odwiedzających i stabilnej dynamice wzrostu tej grupy, przy równoczesnym wyjątkowo dynamicznym wzroście liczby zagranicznych gości, rokujący szybki powrót tej grupy do udziału w strukturze na poziomach notowanych przed pandemią.

1.1. Projekt „Małopolska – cel podróży” (część zagraniczna)

Małopolska Organizacja Turystyczna, w partnerstwie z Województwem Małopolskim i Miastem Kraków w terminie 1.11.2020 r. – 31.12.2023 r. zrealizowała projekt „Małopolska – cel podróży”. 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. Umiejscowienie 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

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

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, Miasto Kraków, 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 pobudzanie 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 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

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

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 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:

- 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

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

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.

Wszystkie działania projektowe zostały zrealizowane i zakończone z dniem 31 grudnia 2023 roku. W grudniu 2023 roku odbyła się kontrola na zakończenie projektu zrealizowana przez odpowiednie organy z Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości. W 2024 roku trwały prace nad rozliczeniem projektu, które zakończyły się sukcesem w kwietniu 2024 roku. Projekt został rozliczony oraz zamknięty.

Kampanie turystyczne odgrywają kluczową rolę w promowaniu i wyróżnieniu atrakcji danego regionu, zachęcając potencjalnych turystów do odwiedzenia wyjątkowych miejscowości. Fundamentalnymi elementami, decydującymi o powodzeniu takiej inicjatywy, są szeroki zasięg, który umożliwia dotarcie do jak największej liczby potencjalnych odbiorców, oraz przekazanie treści, które w sposób przekonujący zainteresują i skłonią do podjęcia działań.

W projekcie w ramach kampanii wykorzystano różnorodne narzędzia i kanały komunikacji, dążąc do maksymalizacji zasięgu przy jednoczesnym minimalizowaniu kosztów. Zostały wykorzystane płatne kampanie online, koncentrując działania na budowaniu zasięgu przy zachowaniu efektywności.

Efekty kampanii przekładają się na bardzo zadowalające wyniki. Nasze przekazy docierały do szerokiego grona potencjalnych turystów. Dzięki starannemu dopasowaniu przekazów do grupy odbiorców oraz zastosowaniu różnorodnych kanałów komunikacji, byliśmy w stanie dotrzeć do zainteresowanych ofertą regionu osób w sposób skuteczny, mimo trudnych warunków rynkowych i geopolitycznych.

Projekt „Małopolska - cel podróży” stanowił nie tylko promocję Małopolski i Krakowa jako atrakcyjnych miejsc turystycznych, ale również pokazał, że świadome wykorzystanie różnorodnych kanałów komunikacji oraz precyzyjne określenie grupy docelowej są kluczowe dla sukcesu w dzisiejszym konkurencyjnym świecie turystycznym.

1.2. Kampania „Małopolska – cel podróży” (część krajowa)

Projekt „Małopolska – cel podróży” decyzją Zarządu Województwa Małopolskiego rozszerzony został o komponent krajowy w kwocie: 8 000 000,00 zł (wydatkowano około 9 400 000,00 zł). Projekt był realizowany z funduszy unijnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020, 3. Oś Priorytetowa Przedsiębiorcza Małopolska, Działanie 3.3. „Umiejscowienie małopolskiej gospodarki”, Poddziałanie 3.3.1. „Promocja gospodarcza Małopolski” typ E. promocja oferty gospodarczej regionu – przeciwdziałanie negatywnym skutkom epidemii COVID-19.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

Projekt realizowany był przez Małopolską Organizację Turystyczną jako Lidera w partnerstwie z Województwem Małopolskim i Miastem Kraków od 1 stycznia 2023 roku do 31 grudnia 2023 roku. Część krajowa projektu miała na celu promocję Krakowa i Małopolski na polskim rynku jako miejsc atrakcyjnych turystycznie. Zamierzeniem długofalowym było zwiększenie ilości turystów krajowych odwiedzających Kraków i Małopolskę nie tylko w sezonie wakacyjnym. Część krajowa projektu opierała się na realizacji kompleksowych, zakrojonych na szeroką skalę działań medialnych adresowanych do odbiorcy krajowego, które stanowiły prezentację tych walorów regionu, które były kluczowe dla wyboru Krakowa i Małopolski jako destynacji turystycznej. Założeniem projektu „Małopolska-cel podróży” były działania, które przyczyniły się do pozytywnego trendu, związanego z odbudową ilości podróży turystycznych do Małopolski na poziomie sprzed pandemii.

W ramach rozszerzenia projektu „Małopolska – cel podróży” o działania promocyjne na rynku krajowym zadania objęły przeprowadzenie ogólnopolskiej całorocznej 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 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”.

W ramach 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 9615 spotów, w TVP oraz kanałach tematycznych stacji zrealizowano łącznie 2540 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.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

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,
- 04.02.2023 - 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,
- 06.05.2023 - 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,
- 03.06.2023 - 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.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

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. Szymborskiej i mural na ul. Rajskiej, Ogród Zoologiczny, Ogród Botaniczny, Ogród Doświadczeln, 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 „Kościuszko”,
- 13.08.2023 - Kraków: Krakowska Linia Muzealna Zajezdnia Tramwajowa Nowa Huta.

MasterChef:

- 14 i 21 maja 2023, (powtórki maj-czerwiec), Kraków Zakrzówek,
- 24 września 2023 (powtórka 30 września), Kraków pod Wawelem - Plac wielkiej armii Napoleona.

Polska na weekend:

- 23 września 2023 (powtórka 24 września) Szlak Architektury Drewnianej (cerkiew i kościoły wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO): Kwiaton, 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

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

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 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, dotarło 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.

1.3. Współpraca z telewizją oraz RMF FM

1.3.1. Współpraca z telewizją

W ramach krajowej części projektu „Małopolska – cel podróży” w kampanii „Daj się ugościć. Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę” realizowaliśmy 17 emisji do programu „Pytanie

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

na Śniadanie”, które są podzielone na trzy cykle: zimowy, wiosenny i jesienny. W każdym programie emitowanych było minimum pięć wejść pogodowych na żywo z danego miejsca, z minimum czterema gośćmi.

W ferie zimowe zrealizowaliśmy łącznie 35 wejść pogodowych do programu „Pytanie na Śniadanie” w 7 kolejnych sobót, w 7 lokalizacjach na terenie całej Małopolski. Cała seria rozpoczęła się pod Nosalem, gdzie oficjalnie rozpoczęliśmy sezon ferii zimowych. Gościem specjalnym programu była duma polskich skoków narciarskich – Adam Małysz. Kolejne wejścia pogodowe realizowaliśmy w Centrum Narciarskim MASTER-SKI Tylicz i uczylimy naszych widzów podstaw snowboardu, przy akompaniamencie góralskiej muzyki. Trzecią lokalizacją był Witów-Ski wraz z ich sztandarową imprezą Pucharem Witowa, aktywnościami na stoku i biegówkami w Gminie Kościelisko. Pozostając przy wątku nart biegowych, nagrywaliśmy Trasy wokół góry Mogielica, aby pokazać wspaniałe warunki do uprawiania tej formy turystyki aktywnej oraz psie zaprzęgi. Następną realizacją był barwny i gwarny Góralski Karnawał w Bukowinie Tatrzańskiej na Stacji Narciarskiej "RUSIŃ-SKI". Przedostatnie wejścia pogodowe nagrywaliśmy również w karnawałowych nastrojach, ale tym razem w stolicy Małopolski - Krakowie. Całe ferie zamknęliśmy nagraniami podczas Gymkhany Narciarskiej na stacji narciarskiej Słotwiny Arena Ski & Bike Park.

Jednocześnie we wszystkich tych miejscach i wielu innych realizatorzy magazynu ŚLIZG zbierali materiał do kolejnych zimowych odcinków programu emitowanego w TVP3. Powstało osiem 10-minutowych odcinków z uwzględnieniem nowych oraz tych mniej popularnych atrakcji na mapie Małopolski, tradycyjnie z Bartłomiejem Koszarkiem jako prowadzącym.

ŚLIZG w „pigutce”:

- **20 zimowych atrakcji i aktywności:** Morsowanie na Zakrzówku w Krakowie, Winter Kingdom w Energylandii, lodowisko i tur curlingowy na Tauron Arenie, Ogród Świąteł Piotruś Pan, Ice-Park Kraków w Parku Jordana, skitoury w Tatrach i na Turbaczu, Szkoła Mistrzostwa Sportowego w Zakopanem, Goobaya - snowpark Gubałówka, Centrum Narciarstwa Biegowego Gorce Klikuszowa, nordic walking w Ojcowskim Parku Narodowym, Góralski Karnawał w Bukowinie Tatrzańskiej, Trasy wokół góry Mogielica, narty biegowe w Kościelisku, Krzywej i CSZ Ptaszkowa, Stadnina Koni Huculskich "Gładyszów" w Regietowie, Terma Bania, Termy Chochołowskie;
- **25 stacji narciarskich:** Centrum Narciarskie MASTER-SKI Tylicz, Kolej Gondolowa Jaworzyna Krynicka S.A., Słotwiny Arena Ski & Bike Park, Henryk-Ski, Jurgów Ski, Czarna Góra Koziniec SKI, Stacja Narciarska GrapaSki, PKL Palenica, Arena Narciarska Jaworki-Homole, Czarny Groń, Czorsztyn-ski Kluszkowce, Polana Sosny, Długa Polana, Kasina Ski & Bike Park, Białka Tatrzańska Kotelnica Białczańska, Stacja Horników Wierch, Kaniówka Ski Resort, Witów-Ski, PKL Kasprowy Wierch, Stacja Narciarska "RUSIŃ-SKI", Magura Ski Park, Centrum Szkoleń Narciarskich Polana Szymoszkowa, Ośrodek Narciarsko Rekreacyjny Harenda, Szkoła narciarska i snowboardowa STRAMA, Stacja narciarska Suche.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

Wiosenny cykl sześciu sobót z Pytanie na Śniadanie rozpoczęliśmy w Ojcowskim Parku Narodowym w dniu 29 kwietnia. Właśnie tu Powiat Krakowski inaugurował letni sezon turystyczny pod hasłem „Bezpiecznie na szlakach”. Kolejną sobotę i wejścia pogodowe rozpoczęliśmy w Sromowcach Niżnych, u flisaków pienińskich, którzy wtajemniczyli widzów w swój flisacki świat. Trzecie nagrania odbyły się w krakowskim Centrum Kultury Podgórze - Fort Borek, który świeżo odrestaurowany otworzył tego dnia swoją ścieżkę dydaktyczną. W Trzebini rozmawialiśmy o trasach rowerowych w Małopolsce, o odbywającym się Małopolska MTB Tour oraz o zbliżających się wówczas Igrzyskach Europejskich 2023. W przedostatnim „Pytaniu na Śniadanie” powróciliśmy do Krakowa na najstarszy zlot camperowy w Europie – 60. Europa Rally. Rozmowy w wejściach pogodowych skupiły się na samym zlocie, miejscu zlotu – Muzeum Lotnictwa Polskiego oraz ponownie na Igrzyskach Europejskich. W ostatnich wiosennych wejściach pogodowych witaliśmy widzów z Kina Kijów oraz Bulwarów Wiślanych, gdzie w pierwszy weekend czerwca odbyła się Parada Smoków. Goście programu opowiedzieli o tajemnicach krakowskich legend, historii oraz o smoczych wydarzeniach.

W jesiennej odstonie wejść pogodowych w „Pytanie na Śniadanie” pokazaliśmy kolejne cztery miejsca z Małopolski. Były to cztery soboty, począwszy od 16 września, gdzie wraz z kamerami wybraliśmy się na święto Jury Krakowsko-Częstochowskiej. Tydzień później wejście pogodowe dotyczyło 45-lecia UNESCO w Krakowie, a w kolejną sobotę – Muszyny. Natomiast z początkiem października wybraliśmy się do Bramy w Gorce.

Oprócz tradycyjnych wejść pogodowych emitowanych w „Pytanie na Śniadanie” w TVP2 ekipa telewizyjna do każdej z 17 emisji nagrywała tematyczne materiały na media społecznościowe (Facebook i Instagram „Pytanie na Śniadanie”), które docierały do dodatkowej ilości osób w przestrzeni internetowej. Na czas trwania nagrań przygotowaliśmy reklamę w formie screeningu wyświetlającą się na stronie, która po kliknięciu przenosiła użytkowników na Facebooka „Odkryj Małopolskę”.

Z programem „Pytanie na Śniadanie” mieliśmy okazję współpracować także przy cyklu „Odkryj Polskę” na prośbę Polskiej Organizacji Turystycznej. Powstało 7 felietonów zapraszających widzów TVP 2 w zakątki Małopolski oraz na Igrzyska Europejskie:

1. Emisja: 05.05.2023: "Najpiękniejsze zakątki Polski - Co zwiedzić w Krakowie?".
2. Emisja: 26.05.2023: "Zakopane - odkrywamy uroki wakacyjnej stolicy Polski!".
3. Emisja: 02.06.2023: "Z czego słynie Krynica Zdrój?".
4. Emisja: 16.06.2023: "Igrzyska Europejskie w Krakowie zbliżają się wielkimi krokami!".
5. Emisja: 23.06.2023: "Spacer po Tarnowie".
6. Emisja: 30.06.2023: "Stary Sącz - atrakcje, historia i kuchnia".
7. Emisja: 07.07.2023: "Muszyna - dlaczego warto odwiedzić to miasto i region?".
8. Emisja: 14.07.2023: "Gródek nad Dunajcem - malownicza miejscowość w Małopolsce".

W drugiej połowie sierpnia aż do końca września prowadzone były nagrania do programu „Sanatorium Miłości”, które będą emitowane przez połowę roku 2024 na antenie TVP1.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

W ramach realizacji nagrań zostaną pokazane atrakcyjne walory rekreacyjno-zdrowotne oraz kulinarne Beskidu Sądeckiego, Beskidu Niskiego oraz Pienin.

1.3.2. RMF FM

Cztery przejazdy wakacyjnymi pociągami, ponad dwa tysiące kilometrów, blisko tysięcy podróżujących, miliony słuchaczy, ponad 60 gwiazd i gości specjalnych i wreszcie: jedna gościnna Małopolska. To liczby, które obrazują tegoroczną odstonę akcji „Daj się ugościć! Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę.”, którą Małopolska Organizacja Turystyczna zorganizowała z RMF FM we współpracy z Województwem Małopolskim i Miastem Kraków.

Przejazdy wakacyjnych pociągów „Daj się ugościć!” zostały zaplanowane w taki sposób, by stacje końcowe znajdowały się w najpiękniejszych i najciekawszych miastach Małopolski:

- 24 czerwca pierwszy pociąg mknął z Gdyni Główniej aż do Krakowa;
- 8 lipca skład wyruszył z Warszawy Wschodniej do Nowego Sącza;
- pociąg, który wyruszył na tory 22 lipca, rozpoczął swój bieg w Poznaniu Głównym, a ostatnią stację zaplanowano w Zatorze – Parku Rozrywki;
- finałowy przejazd, 29 lipca, rozpoczął się zaś we Wrocławiu, a stacja końcowa znajdowała się w Tarnowie.

Na kilka dni przed startem pierwszego pociągu na gdyńskim moło stanęła replika krakowskiego pomnika Adama Mickiewicza. Teren wokół pomnika został otoczony winderami kampanii „Daj się ugościć”, a zainteresowani mogli zeskanować kod QR przenoszący na stronę RMF FM z informacjami o wakacyjnych pociągach. Wraz z camperem Małopolski pojawiliśmy się w przeddzień rozpoczęcia akcji obok pomnika, aby zaprosić ludzi do śledzenia i brania udziału w akcji, a także zachęcić do odwiedzenia Krakowa i Małopolski. Wreszcie w pierwszy dzień wakacji 24 czerwca ruszył pociąg „Daj się ugościć” i zawiózł naszych pasażerów z Gdyni do Krakowa na Wianki i Igrzyska Europejskie. Gwiazdy, konkursy, regionalne jedzenie, małopolskie gadżety, treningi, muzyka i doskonała zabawa towarzyszyły podróży przez całą Polskę. Ze znanych twarzy w pociągu można było spotkać Mariusza Kałamagę, Mateusza Gesslera, Krzysztofa Golonkę czy Anastazję Maciąg.

7 lipca przemierzyliśmy kolejną trasę, tym razem z Warszawy Wschodniej przez Kielce, Kraków i Tarnów aż do Nowego Sącza. Na pokładzie wakacyjnego składu zameldowali się twórcy radiowych przebojów: Blanka, Danzel i Oskar Cymś, oraz kandydaci na Miss i Mister Supranational, oraz Miss Polski 2023. Wśród mocnych małopolskich akcentów znaleźli pienińscy flisacy, panie z Łącka w regionalnych nowosądeckich strojach, czerwone korale oraz regionalne produkty. W sercu Sądecczyzny na pociąg „Daj się ugościć” na pasażerów czekała lokalna impreza z muzyką, gastronomią i występami artystycznymi.

Trzeci pociąg 22 lipca ruszał ze stolicy Wielkopolski - Poznania do Zatora i Energylandii. Po drodze kilka przystanków oraz wiele atrakcji, takich jak koncerty Golec uOrkiestra oraz Blue Cafe, wejściówki do Energylandii, live cooking z Kasią Bosacką i konkursy z biletami między innymi do Zatorlandu. Po przyjeździe na stację Zator – Park rozrywki goście zostali

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

przywitani przez maskotki, ugoszczeni charakterystyczną dla Zatora pizzą z karpem, a następnie zawiezieni specjalnymi pociągami do Energylandii.

W dniu 29 lipca odbyła się ostatnia wakacyjna podróż i prowadziła z Wrocławia do Tarnowa. Mimo najkrótszego dystansu pociąg był równie atrakcyjny co trzy pozostałe. Na pokładzie zagościły gwiazdy muzyczne Natalia Nykiel, DJ Gromee, Sara Chmiel, Big Band Małopolski czy Red Lips. Motywem przewodnim trasy w region EnoTarnowskie było wino, dlatego w pociągu odbyła się profesjonalna prezentacja i degustacja tamtejszych win z udziałem sommelierki. W Tarnowie pociąg został powitany przez złotego meleksa, który zabrał laureatów konkursu na dalszą degustację do winnicy, tarnowskiego przewodnika, a także Centrum Nauki Cogiteon i balon Małopolski.

W każdym z pociągów promowaliśmy, rozdawaliśmy i lokowaliśmy produkty różnych podmiotów, instytucji, gmin i firm, które były chętne wziąć udział w akcji. Część chętnych osób pojechała pociągiem „Daj się ugościć” razem z nami. Wszystkie detale łącznie z wystrojem wagonu Wars oraz miejsce dla DJ'a były spójne z grafikami „Daj się ugościć”. Menu dla pasażerów było oparte na małopolskiej kuchni, woda pochodziła z małopolskich źródeł, a w pociągowej bibliotece znajdowały się pozycje i edukacyjne gry planszowe o Małopolsce, pozyskane od partnerów. PKP Intercity na telewizorach wyświetlało filmy partnerów akcji, a prowadzący z RMF FM cały czas komunikowali o atrakcjach regionu Małopolski.

Cała akcja była szeroko i głośno relacjonowana w wielu mediach społecznościowych, na antenie, stronie RMF FM oraz wśród partnerów medialnych. Wspólnie ze stacją zaplanowano cykl aż 56 miniaudycji, w czasie których dziennikarze i dziennikarki prezentowali szczegóły każdego z przejazdów oraz promowali najciekawsze miejsca w Małopolsce. Wszystkie cztery przejazdy były także na żywo relacjonowane przez korespondentów, którzy łączyli się ze stacji początkowych, pośrednich i końcowych ze studiem w Krakowie i Warszawie, przekazując, co aktualnie dzieje się w pociągu oraz na peronach.

Równie ważnym kanałem komunikacji były strony internetowe Grupy RMF oraz social media. Poprzez posty w mediach społecznościowych i relacje w nich z przejazdów każdego z czterech pociągów udało się dotrzeć do ponad 1 300 000 odbiorców. Zaś wsparcie redakcyjne i komunikacja na stronach internetowych www.rmf.fm oraz www.rmf24.pl dały zasięg ponad 1 700 000 użytkowników.

W kampanii wykorzystano również media własne Małopolskiej Organizacji Turystycznej: stronę internetową visitmalopolska.pl, na której na bieżąco zamieszczano komunikaty na temat przejazdów oraz profile „Odkryj Małopolskę” i „Małopolska Organizacja Turystyczna” na Facebooku. To właśnie tam pojawiały się zaproszenia do wzięcia udziału w przejazdach, a także szczegółowe relacje oraz podsumowania.

Akcja była także dokumentowana przez fotografów i operatorów video. Galerie zdjęć każdorazowo pojawiały się w mediach społecznościowych, a także na stronach organizatorów, zaś reportaże video można zobaczyć m.in. za pośrednictwem kanału YouTube kampanii.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

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 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. Oprócz tego zachęcano szerokie grono słuchaczy do zainteresowania się atrakcjami turystycznymi Małopolski w kanałach internetowych RMF FM, gdzie wygenerowano ok. 2 mln odsłon, 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.

1.4. Promocja połączeń lotniczych i współpraca z Kraków Airport

Siatka połączeń Portu Lotniczego Kraków Airport i stolicy Małopolski z innymi rynkami emisyjnymi jest systematycznie rozwijana. Z Krakowa możemy wybrać kierunki podróży z blisko 150 regularnych połączeń w 33 krajach. Po zesztorocznej reaktywacji takich prestiżowych transatlantyckich kierunków jak: Chicago i Nowy Jork, w roku 2023 przyszła kolej na kolejne połączenia. Wśród nich są kierunki zachodnioazjatyckie: Turcja (Istambuł, Ankara, Antalya); Oceanii Atlantyckiej (Fuerteventura); europejskie destynacje: Hiszpania (Malaga, Walencja, Perugia); Albania (Tirana); Niemcy (Memmingen, Monachium); Francja (Laurdes); Grecja (Rodos); Bułgaria (Varna); Serbia (Belgrad); Wielka Brytania (East Midlands); Irlandia Północna (Belfast) czy krajowe połączenia: Bydgoszcz i Zielona Góra. W gronie 23 linii lotniczych operujących z krakowskiego lotniska, powitano nowych przewoźników.

W 2023 roku zaplanowano wzmocnienie komunikacji promocyjnej Krakowa i Małopolski na rynkach Ameryki Północnej. W dniach 10-12 lutego br. w Miami podczas Kongresu 60 Milionów – największego dorocznego globalnego zlotu Polonii - zaprezentowano walory turystyczne Krakowa i Małopolski. Nazwa kongresu symbolicznie nawiązuje do blisko 40 milionowej populacji rodaków mieszkających w Polsce i 20 milionowej społeczności polonijnej na całym świecie. Wybór miejsca kongresu i co za tym idzie działań promocyjnych MOT wynikał z przechodniego charakteru wydarzenia. Miasto Miami zostało wybrane jako kolejne po: Berlinie, Rzeszowie, Londynie, Buffalo czy Nowym Jorku, w których odbyły się poprzednie edycje kongresu od 2018 roku.

Głównym elementem działań podczas kongresu było, zorganizowane przy współudziale Portu Lotniczego Krakow Airport oraz Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu – PAIH, spotkanie networkingowe wraz z prezentacją pn. "Economic and Tourist potential of Poland. Experience Krakow. Visit Malopolska". Działania skierowane były do amerykańskich przedstawicieli biznesu, branży turystycznej oraz lotniczej. Warto zwrócić uwagę, że ta ostatnia grupa, w szczególności linie lotnicze chętniej decyduje się na utrzymanie dotychczasowych czy też uruchomienie nowych połączeń gdy region wykazuje zaangażowanie i aktywność

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

marketingową destynacji, przy okazji wspierając działania promocyjne regionalnego lotniska. Podczas wydarzenia promowana była również największa w tym roku multidyscyplinarna impreza sportowa w Europie – Igrzyska Europejskie 2023 European Games Kraków-Małopolska 2023. We wrześniu ubiegłego roku w Chicago zaplanowano również kolejne działania promocyjne mające na celu utrzymanie zainteresowania mieszkańców Stanów Zjednoczonych i tej ogromnej metropolii wyjazdami do Krakowa i Małopolski. Wydarzenia zrealizowano w ramach projektu "Małopolska - cel podróży" przez Małopolską Organizację Turystyczną we współpracy z Małopolską oraz Miastem Kraków. Projekt sfinansowano w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020.

Współpraca Małopolskiej Organizacji Turystycznej z Kraków Airport miała również miejsce w obszarze wspólnych działań promocyjnych na rynku krajowym. W dniu 7 czerwca 2023 roku odbyło się uroczyste otwarcie połączenia Kraków-Zielona Góra, dzięki któremu Małopolska jest w zasięgu Lubuszczańców dwa razy w tygodniu w niespełna 1 godzinę. W wydarzeniu udział wzięli m.in. przedstawiciele Portu Lotniczego Kraków Airport, Portu Lotniczego Zielona Góra, Województwa Lubuskiego i Małopolskiego. Wydarzeniu towarzyszył Camper Małopolski.

9 sierpnia 2023 roku na krakowskim lotnisku odbyła się konferencja prasowa, podczas której przedstawiciele Województwa Małopolskiego, Małopolskiej Organizacji Turystycznej oraz Kraków Airport podsumowali ruch turystyczny na półmetku wakacji. Ogłoszono wówczas, że w porównaniu z pierwszym wakacyjnym miesiącem ubiegłego roku, w lipcu 2023 roku do Krakowa i Małopolski przyjechało o 150 % więcej turystów z zagranicy.

W poniedziałek, 2 października w Hotelu Hilton Garden Inn Kraków Airport odbyła się konferencja prasowa, podsumowująca letni sezon turystyczny w Krakowie i Małopolsce oraz ruch pasażerski w Airport Kraków. Konferencja prasowa odbyła się w ramach konferencji „Współpraca – Innowacje – Turystyka Zrównoważona”. W spotkaniu uczestniczyli: Andrzej Gut-Mostowy - Sekretarz Stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki; Rafał Szymtke - Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej; Piotr Polanek – Dyrektor Departamentu Turystyki Województwa Małopolskiego; Anna Korfel-Jasińska - Zastępca Prezydenta Miasta Krakowa; Grzegorz Biedroń - Prezes Małopolskiej Organizacji Turystycznej oraz Radosław Włoszek, Prezes Kraków Airport.

W dniach 21-23 listopada 2023 odbył się objazdowy wyjazd do Wilna i Rygi przeznaczony dla polskich touroperatorów oraz przedstawicieli wybranych regionów, w tym Małopolski. Wydarzenia miało na celu promocję Krakowa i Małopolski oraz ich oferty turystycznej na wybranych rynkach krajów bałtyckich: Litwy i Łotwy, w ramach zapowiadanego uruchomienia przez łotewskie linie lotnicze AirBaltic bezpośredniego połączenia Wilno-Kraków na wiosnę 2024 roku. Wydarzenie obejmowało prezentacje regionu oraz spotkania z przedstawicielami litewskiej i łotewskiej branży turystycznej i mediów, linii lotniczych AirBaltic, Ambasady RP w Wilnie i Ambasady RP w Rydze, PLL LOT, Polsko-łotewskiej Izby Przemysłowo-Handlowej

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

oraz Instytutu Polski w Wilnie. Podczas wydarzenia zainicjowano i zaplanowano zarys rewizyty przedstawicieli litewskiej branży turystycznej i touroperatorów na wiosnę 2024 w Małopolsce, celem wzmocnienia komunikacji promocyjnej regionu jako atrakcyjnej destynacji turystycznej dla wilnian. Wyjazd objazdowy współorganizowany był z liniami lotniczymi AirBaltic oraz Polską Organizacją Turystyczną w Warszawie.

W dniach 19-20 grudnia uczestnicy misji gospodarczej do Rijadu w ramach projektu Małopolska Meeting & Travel brali udział w Saudi Airport Exhibition, ważnych targach branżowych skupiających się na sektorze lotniczym. Podczas tych targów delegacja miała okazję spotkać się z kluczowymi postaciami i decydentami z branży lotniczej, reprezentującymi zarówno linie lotnicze, jak i biura podróży z rejonu Zatoki Perskiej. Spotkania te miały na celu nawiązanie kontaktów biznesowych, wymianę doświadczeń oraz rozmowy na temat potencjalnych inwestycji i współpracy. Delegacja miała okazję przedstawić potencjał Małopolski w kontekście turystyki, a także dyskutować na temat możliwości współpracy z przedstawicielami Arabii Saudyjskiej. Udział w targach Saudi Airport Exhibition stanowił istotny krok w budowaniu relacji i promowaniu Małopolski jako atrakcyjnej destynacji turystycznej dla osób z Arabii Saudyjskiej. W trakcie targów odbywała się także konferencja dotycząca innowacji w branży lotniczej, w której delegacji również wzięli udział. Misja gospodarcza do Rijadu była istotnym wydarzeniem, które umożliwiło przedstawicielom Małopolski nawiązanie kontaktów z kluczowymi decydentami w Arabii Saudyjskiej. Spotkania z ambasadorem Polski oraz udział w targach branżowych przyniosły wartościowe rezultaty, w tym konkretny plan dotyczący otwarcia połączenia lotniczego z Krakowa do Rijadu. Misja ta stanowiła kamień milowy w rozwoju współpracy między Małopolską a Rijadem, zwiększając potencjał gospodarczy i kulturalny obu regionów.

1.5. Współpraca z Miastem Kraków

1.5.1. Wizyty studyjne

Małopolska Organizacja Turystyczna wraz z Miastem Kraków realizują wizyty studyjne organizowane dla przedstawicieli mediów, w szerokim rozumieniu tego słowa: od tradycyjnych 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. W ostatnich kilku latach większość dziennikarzy przybywała z krajów europejskich, w 2023 roku zanotowano stopniowy powrót mediów z Bliskiego Wschodu, Azji oraz Ameryki Północnej. W 2023 roku przyjęto kilkadziesiąt ekip mediowych, czego efektem jest wielomilionowy ekwiwalent reklamowy.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

1.5.2. 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; w 2023 r. zorganizowano fam trip dla kilkunastu grup branżowych, przede wszystkim z krajów Europy Zachodniej.

1.5.3. Targi turystyczne

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

1.5.4. 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.

Prace nad promocją i upowszechnianiem wiedzy o Twierdzy Kraków były prowadzone intensywnie we współpracy Miasta Kraków z Małopolską Organizacją Turystyczną, jednostkami miejskimi oraz stowarzyszeniami. Opracowano System Identyfikacji Wizualnej, a sam produkt promowany był m.in. na zagranicznych targach turystycznych.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

1.5.5. Respect Kraków

Mając na celu minimalizację konfliktów pomiędzy mieszkańcami a turystami, Miasto Kraków we współpracy z Małopolską Organizacją Turystyczną realizuje inicjatywę Respect Kraków. Naczelną ideą programu jest zwrócenie uwagi turystom, że Kraków jest nie tylko atrakcyjną destynacją, ale także domem dla tysięcy mieszkańców. Z jednej strony turyści są zapraszani do Krakowa jako miasta gościnnego, przyjaznego turystom i bezpiecznego. Z drugiej strony turyści zachęceni są do przestrzegania obowiązujących zasad: uszanowania ciszy nocnej, dbałości o porządek, zachowania ostrożności podczas korzystania z rowerów i hulajnóg. W 2023 r. kampania informacyjna była prowadzona od 1 czerwca przy użyciu miejskich nośników (automaty KKM, BUS TV, miejskie citylighty), turyści mogli zapoznać się również z komunikatami na lotnisku. Prowadzona była także kampania internetowa na portalach społecznościowych. Częścią programu Respect Kraków jest projekt City Helpers. Od 16 czerwca do 31 sierpnia 2023 r. odbyła się jego trzecia edycja. Miejskich pomocników spotkać można było w charakterystycznych strojach na obszarze Starego Miasta oraz Kazimierza. Ich głównym zadaniem było udzielanie informacji i promowanie lokalnych wydarzeń i muzeów, ale również wychwytywanie niewłaściwych zachowań na terenie Parków Kulturowych. City Helpers zostali ponadto przeszkoleni w zakresie pierwszej pomocy, a znaczącym wsparciem dla ich pracy w godzinach nocnych (w weekendy do 1:00) była pomoc Straży Miejskiej.

1.5.6. Małopolska – cel podróży

W 2023 roku Małopolska Organizacja Turystyczna wraz z Województwem Małopolskim i Miastem Kraków kontynuowała realizację projektu „Małopolska – cel podróży”, w 100% finansowanego z funduszy unijnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014 – 2020. W ramach rozszerzenia projektu o działania promocyjne na rynku krajowym, przeprowadzono całoroczną kampanię promocyjną w mediach z wykorzystaniem stacji telewizyjnych i radiowych. Kampania prowadzona była pod hasłem: „Daj się ugościć. Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę”.

W ramach kampanii medialnej od 1 maja do 30 listopada 2023 roku na antenach największych polskich stacji telewizyjnych: TVP (oraz kanały tematyczne), POLSAT (oraz kanały tematyczne) i TVN (oraz TVN7, TVN24) wyemitowano spoty podkreślające bogactwo oferty turystycznej Małopolski i Krakowa. Zaplanowano ponad 6200 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 została również działaniami marketingowymi w Internecie, mediach społecznościowych oraz w serwisie vod/player, gdzie przeprowadzono minimum 1 mln emisji spotów.

Ponadto w stacjach telewizyjnych prowadzona była szeroka kampania promocyjna w ramach topowych programów i audycji telewizyjnych wraz z oprawą w Internecie oraz mediach społecznościowych. W TVP w porannym programie „Pytanie na Śniadanie” do końca

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

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 odkrywane były wyjątkowe miejsca Krakowa i Małopolski.

W stacji TVN w ramach działań promocyjnych można było podziwiać region i jego stolicę w odcinku). Francuski restaurator i juror w programie Michel Moran wraz z całą ekipą przyjechali do Krakowa, aby pokazać uroki królewskiego miasta. Kraków i Małopolskę można było odwiedzić i odkryć także w turystycznym programie „Polska na weekend” (2 audycje) prowadzonym przez dziennikarza Jakuba Poradę oraz w porannych programach: „Dzień dobry TVN!” (minimum 3 wejścia pogodowe) oraz „Dzień dobry Wakacje” (2 weekendowe studia plenerowe z wywiadami na żywo, felietonami, wejściami pogodowymi, wejściami w ramach kącika kulinarnego). Tak szeroka kampania pozwoliła dotrzeć z zaproszeniem do Krakowa i Małopolski do Polaków w całym kraju.

W ramach kampanii promocyjnej z wykorzystaniem radia została zaplanowana obecność na antenie radia RMF FM, we współpracy z którym poprzez niestandardowe działania promocyjne zabierano 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 Główny – Gliwice – Katowice – Kraków Główny – Tarnów. Na słuchaczy czekały liczne atrakcje, świetna muzyka i wyjątkowi goście zarówno podczas samej trasy, jak i w miejscach docelowych. Na pokładzie znalazły się gwiazdy polskiej muzyki, sportowcy, influencerzy, kucharze, trenerzy oraz Polki i Polacy, którzy bilety na przejazdy pociągami mogli zdobyć w ogólnopolskim konkursie organizowanym przez RMF FM. W ramach popularyzacji akcji wakacyjnych pociągów do Małopolski przewidziane było minimum 45 wejść antenowych z odniesieniami do kampanii, w których pojawiły 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. Wyemitowano ponad 90 spotów radiowych 40 sekundowych oraz dodatkowo spotów w serwisie internetowym RMFon, które zachęcały do odwiedzenia Krakowa i odkrycia Małopolski.

W czerwcu zorganizowano również wspólnie ambient „Mickiewicz spędza wakacje w Gdyni”.

1.6. Działania promocyjne MOT w sieci

W roku 2023 Małopolska Organizacja Turystyczna kontynuowała intensywną działalność promocyjną w sieci. Na dzień 31 grudnia 2024 roku prawie 43 000 osób lubiło profil MOT na Facebooku, a liczba osób obserwujących stronę wzrosła do 46 000. Prowadzimy również profil

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

Małopolskiej Organizacji Turystycznej na Instagramie oraz, w imieniu Województwa Małopolskiego, media społecznościowe Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej MSIT: stronę „Odkryj Małopolskę” na Facebooku obserwuje ponad 52 000 użytkowników, na Instagramie ponad 10 200. Prowadzimy również social media projektu „Małopolska – cel podróży” w języku niemieckim i angielskim (Facebook, Instagram i YouTube: „Experience Kraków. Visit Małopolska” oraz „Erlebe Krakau. Besuche Małopolska”), a także landing page (www.wideopen.travel).

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 pierwszej połowie roku duży nacisk położyliśmy na promocję Igrzysk Europejskich Małopolska-Kraków 2023. Nasze media społecznościowe były również głównym kanałem zapowiedzi i relacjonowania wydarzeń w ramach kampanii „Daj się ugościć! Odwiedź Kraków, Odkryj Małopolskę!”. Publikowaliśmy również posty kampanii „Małopolska, zasmakuj w podróży” realizowanej przez Województwo Małopolskie. Byliśmy również zaangażowani w promocję Festiwalu Piękna, który odbywał się w lipcu w Nowym Sączu. Pod koniec roku relacjonowaliśmy akcję „Choinki pod Choinkę od RMF FM i Małopolski”.

W 2023 roku Małopolska Organizacja Turystyczna administrowała i prowadziła 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,
- Projekt „Małopolska – cel podróży”: www.wideopen.travel,

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,
- Profil Projektu „Małopolska – cel podróży” w języku angielskim <https://www.facebook.com/experiencekrakow/> i w języku niemieckim <https://www.facebook.com/erlebekrakau/>,

Instagram:

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

- Profil MSIT „Odkryj Małopolskę”: www.instagram.com/odkryj_malopolske/ (działanie realizowane w ramach projektu pn. Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Sytemu Informacji Turystycznej),
- Profil MOT: https://www.instagram.com/malopolska_mot/ - prawie 3 000 obserwujących,
- Profil Projektu „Małopolska – cel podróży” w języku angielskim <https://www.instagram.com/experiencekrakow/> i w języku niemieckim <https://www.instagram.com/erlebekrakau/>

a także:

YouTube:

- Profil Małopolskiej Organizacji Turystycznej,
- Profil Projektu „Małopolska – cel podróży” w języku angielskim i niemieckim.

1.7. 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.

26 lipca 2023 roku ruszyła piąta edycja konkursu Województwa Małopolskiego. 18 sierpnia 2023 roku zakończył się pierwszy etap konkursu, w którym można było zgłaszać konkursowe kandydatury w 6 kategoriach:

- Miejsce z klimatem,
- Najciekawszy szlak turystyczny,
- Dzieje się – wyjątkowe wydarzenie turystyczne,
- Unikatowa Atrakcja Turystyczna,
- Sielskie klimaty – wypoczynek na wsi,
- W gościnie – oferta kulinarna.

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 mógł zdecydować kto w tym roku zasłuży na tytuł Turystycznego Skarbu Małopolski, zostało zakwalifikowanych 128 kandydatur, w tym wiele podmiotów współpracujących z Małopolską Organizacją Turystyczną. Głosowanie rozpoczęło się 28 sierpnia 2023 roku

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

i trwało do 10 września 2023 roku. Laureatów i wyróżnionych w konkursie wybrały osoby głosujące i Kapituła. Oddano niemal 16 tysięcy głosów, z czego najwięcej w kategorii „Miejsce z klimatem – miejscowość lub gmina turystyczna”. Ogłoszenie wyników nastąpiło podczas uroczystej gali, która odbyła się 27 września 2023 roku podczas Europejskiego Kongresu Sportu i Turystyki w Zakopanem.

Wyniki V edycji konkursu:

W kategorii „Miejsce z klimatem – miejscowość lub gmina turystyczna”:

Laureat: Gmina Sułoszowa
Wyróżnienie: Gmina Zawoja, Gmina Ryglice

W kategorii „Najciekawszy szlak turystyczny”:

Laureat: Babia Góra Trails
Wyróżnienie: Małe Pieniny, Velo Przemsza

W kategorii „Dzieje Się! Wyjątkowe wydarzenie turystyczne”:

Laureat: Babiogórska Jesień
Wyróżnienie: Ogólnopolski Sptyw Kajakowy Doliną Rzeki Dłubni „Dłubnia wciąga”, Małopolska Tour

W kategorii „Unikatowa atrakcja turystyczna”:

Laureat: Krzyż w Krzeczowie
Wyróżnienie: Dom Ludowy Bukowina Tatrzańska, Pustynia Błędownska

W kategorii „Sielskie klimaty - wypoczynek blisko natury”:

Laureat: Tarninowe Wzgórze
Wyróżnienie: Schronisko PTTK Kudłacze, Domki Drewniane Sielska Dolina w Pieninach

W kategorii „W gościnie - oferta kulinarna”:

Laureat: Willa Poprad
Wyróżnienie: Karcma u Borzanka, Restauracja Chochotowy Dwór

Laureat kategorii Miejsce z klimatem – Gmina Sułoszowa, otrzymała nagrodę pieniężną w wysokości 100 000,00 zł ufundowaną przez Województwo Małopolskie, którą może przeznaczyć na rozwój swojego potencjału turystycznego. Wszyscy laureaci otrzymali pamiątkowe statuetki i w 2024 roku 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

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

terytorialnego, Małopolska Organizacja Turystyczna w 2023 roku na zorganizowała 73 wizyty studyjne dla 384 dziennikarzy i touroperatorów z 34 krajów.

Lp.	Kraj	Data wizyty	Ilość osób	Nazwa redakcji/TV
				Nazwa firmy/organizacji
1	Włochy	04.01.2023	3	Laura Sciolla
2	Niemcy	17-19.02.2023	1	Christoph Schrahe
3	Austria i USA	26-29.02.2023	1	Blogerka thepackmama.com
4	Hiszpania	20-22.03.2023	2	Vanitatis
5	Norwegia	03.04.2023	2	Espen Smith
6	Belgia	17.04.2023	1	Blogerka, www.augoutdemma.be
7	Azerbejdżan	19.04.2023	2	Touroperatorzy
8	Dania	20-22.04.2023	2	Politiken
9	Korea Południowa	27.04.2023	4	Naukowcy z uczelni zaproszeni przez Ministerstwo (współpraca przy badaniach)
10	Włochy	03-05.05.2023	3	blogerka Francesca Di Pietro
11	Hiszpania	22-24.05.2023	3	Vijar
12	Włochy	24-28.05.2023	2	Influencerzy Matteo Rizzi i Andrea Grossi
13	Austria	25-28.05.2023	8	ZOPOT Wiedeń
14	Polska	31.05.2023	15	UEK - studenci kierunku obsługa ruchu turystycznego
15	Szwecja, Litwa, Łotwa	02.06.2023	19	Touroperatorzy
16	USA	04-07.06.2023	4	TV - PBS
17	Francja	06-11.06.2023	4	Dziennikarze - Gaelle Alban, Corinne Sadaune, Fauche de Dumas, Augustin Langlade
18	Finlandia	09-14.06.2023	5	Dziennik MATKA-lehti
19	Zjednoczone Emiraty Arabskie	14-17.06.2023	1	Salah Soliman
20	Belgia i Holandia	16-18.06.2023	5	Dziennikarze rowerowi
21	Holandia	20.06.2023	2	Wandel Magazine
22	Zjednoczone Emiraty Arabskie	20.06.2023	4	Touroperatorzy - turystyka medyczna

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

23	Hiszpania	21-23.06.2023	1	Aquí la Tierra
24	Hiszpania	21-23 .06.2023	2	Influencerzy - Buscando al Sol
25	Zjednoczone Emiraty Arabskie + Indie	22-26.06.2023	1	Priyanka Pradhan - dziennikarka i blogerka
26	Wielka Brytania	26-30.06.2023	2	Blogerzy: www.instagram.com/thisexpansiveadventure/
27	Irlandia	26.06.2023	2	Emma McAllister oraz Erin English
28	Dania	27.06.2023	3	Børsen Pleasure
29	Wielka Brytania	02-04.07.2023	1	Influencerka Olga Chagunava
30	Francja	04.07.2023	1	Touroperator Nicolas Fleury
31	Azerbejdżan	11-14.07.2023	4	1. Gunel Farhadli 2. Shafiga Elshan 3. Nurlana Hasanova – bloger dla środowiska agentów turystycznych 4. Narmin Knyaz
32	Wielka Brytania	17.07.2023	1	Lonely Planet
33	Węgry	17-20.07.2023	6	www.kirandulastippek.hu , www.turistamagazin.hu , www.turistamagazin.hu , www.mozgasvilag.hu , www.traveladdict.hu
34	Wielka Brytania	22.07.2023	15	Brytyjscy touroperatorzy, współpraca z Hotelem Sasaki by Hilton
35	Chiny	24.07.2023	4	blogerzy i ekipa filmowa
36	Szwecja	04-07.08.2023	2	wicemarszałek parlamentu szwedzkiego (poprzedniej kadencji) wraz z mężem
37	Niemcy	07.08.2023	1	Antonina Kasperek
38	Japonia	10-11.08.2023	4	NumeroTOKYO, FIGARO JAPON, Jyoshitabi Journal, Wing Travel
39	USA	18.08.2023	11	RoadShow touroperatorów
40	Słowacja	31.08-04.09.2023	1	Auto Moto Sport
41	Czechy	31.08-04.09.2023	2	Novinky i Blesk
42	USA	02-07.09.2023	5	Rick Steves Europe (program telewizyjny)

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

43	Belgia	04-07.09.2023	2	Outside Special
44	Włochy, Hiszpania, Portugalia	04-08.09.2023	11	Grupa dziennikarzy - beatyfikacja rodziny Ulmów
45	Szwecja	06-09.09.2023	2	Managerowie marketingu Muzeum Vasa i Skansen
46	Holandia	10-11.09.2023	19	Touroperatorzy De Jong Intra
47	Szwecja	12-15.09.2023	2	Influencerzy kamperowi
48	Chiny	13.09.2023	1	blogerka
49	Francja	13.09.2023	1	Touroperator LA FUGUE
50	Hiszpania	14.09.2023	3	Ekipa telewizyjna Andalucia por el Mundo
51	USA (Polonia)	15-17.09.2023	2	film promocyjny o Krakowie i Małopolsce z serii Discover your roots (dla polonii amerykańskiej)
52	Holandia	18.09.2023	1	Jacoba de Boer, https://www.opreismetco.nl/en/work-with-me
53	Belgia i Holandia	18-23.09.2023	3	Op Wandel (Darien + fotograf) Op Reis Met Co (Jacoba)
54	Indie	19.09.2023	2	Influencerzy: Monish i Payal Dhawan
55	Niemcy	21.09.2023	1	Michelin
56	Watykan	23.09.2023	2	Goście z Watykanu
57	Izrael	24-27.09.	4	Realizacja sesji zdjęciowej na rynek izraelski
58	Bułgaria	26.09.2023	12	Delegacja oficjalna z ministerstwa turystyki z Bułgarii
59	USA	30.09-03.10	1	GoNomad
60	Polska	02-04.10.2023	21	NEKARA i partnerzy
61	USA	07.10.2023	4	Agenci podróży plus blogger: Gary Lawrence, Brian Marks, Sarah Stecker, Sheila Ringressy
62	Abu Dhabi	19-26.10.2023	4	Dziennikarze i PR-owcy z Abu Dhabi/Niemiec
63	USA	21-27.10.2023	50	Mayflower Cruises and Tours
64	Niemcy	26-27.10.2023	9	Uczestnicy konferencji przewoźników autokarowych z Niemiec
65	Kanada	21-22.11.2023	2	Touroperatorzy z biura VOYAGES OBJECTIF TERRE
66	Francja	26.11.2023	2	Dziennikarki, portal Au Fil Des Lieux
67	Węgry	27-30.11.2023	9	Mozgásvilág – prasa; Vivaldi Travel, Cartour, Grand Tours, Rolitúra, Anett Tours - touroperatorzy; blogerzy: Female Yeti i MiraDonna

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

68	Węgry	29.11-02.12.2023	6	Dziennikarze
69	Zatoka Perska (Arabia Saudyjska i ZEA)	6-9.12.2023	4	Pośrednicy zajmujący się turystyką medyczną
70	Francja	7.12.2023	2	Touroperatorzy z Desti-nation
71	Niemcy	10-13.12.2023	1	Wineforum
72	Izrael	11-15.12.2023	2	The Jerusalem Post
73	Kanada	18.12.2023	1	VOYAGES A+ touroperator

2.2. Igrzyska Europejskie

Na przelomie czerwca i lipca 2023 Małopolska gościła sportowców z całej Europy podczas III Igrzysk Europejskich. Jako Małopolska Organizacja Turystyczna byliśmy ich partnerem i wspieraliśmy Igrzyska za pośrednictwem różnych działań promocyjnych. Wiceprezes MOT, Rafał Kosowski, został powołany na Przewodniczącą Komitetu Monitorującego III Igrzyska Europejskie 2023, a Prezes MOT, Grzegorz Biedroń został Członkiem Komitetu.

W ramach promocji Igrzysk Europejskich we współpracy z Zagranicznym Ośrodkiem Polskiej Organizacji Turystycznej w Sztokholmie zorganizowaliśmy kampanię posterową w metrze w Sztokholmie podczas Mistrzostw Świata w Piłce Ręcznej w dniach 23-29.01.2023. Plakatów łącznie było 270. W trakcie Kongresu 60 Milionów w Miami w USA tłem rozmów o turystyce w Małopolsce był rollup z grafiką III. Igrzysk Europejskich również zorganizowany przez MOT.

Podczas licznych wyjazdów zagranicznych jak i krajowych nasi pracownicy dystrybuowali gadżety oraz ulotki promujące wydarzenie jak i wolontariat, w językach polskim i angielskim. Zagraniczna promocja z naszym udziałem odbyła się między innymi podczas Festiwalu Rowerowego we Wiedniu, targów Ferie for Alle w Herning oraz tras ambientowych: skandynawskiej i alpejskiej.

Igrzyska Europejskie były promowane także podczas licznych wydarzeń w Polsce, w których byliśmy organizatorem lub partnerem. Podczas Festiwalu „Odlotowa Małopolska” organizowanego w dniach 31 marca – 2 kwietnia oraz 60. zlotu Europa Rally w Krakowie na niebie pojawił się balon Igrzysk Europejskich. W trakcie zawodów rowerowych Małopolska MTB Tour oraz wspomnianego już wcześniej Europa Rally nagrywane były wejścia pogodowe do programu „Pytanie na Śniadanie”, a ich tematem były między innymi Igrzyska Europejskie. Współpracowaliśmy też na prośbę Polskiej Organizacji Turystycznej przy serii felietonów do „Pytania na Śniadanie” poświęconej Igrzyskom Europejskim. W pierwszym wakacyjnym pociągu „Daj się ugościć” było nawiązanie do trwających już wtedy konkurencji. Gośćmi

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

w pociągu była szpadzistka Aleksandra Zamachowska oraz kilku rugbistów. Pasażerowie w konkursach mogli wygrać bilety na rozgrywki rugby oraz Ceremonię Zamknięcia, zobaczyć spot Igrzysk Europejskich wyświetlany w PKP intercity oraz zagrać w gry planszowe, które dostarczyła spółka.

We współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego przygotowaliśmy także obszerną publikację „Małopolska, kolebka polskiego sportu”. Jej premiera zbiegła się z prezentacją wystawy poświęconej tejże tematyce pod Centrum Kongresowym ICE w Krakowie, które notabene było jednocześnie biurem prasowym podczas sportowych zmagania w Małopolsce.

Ceremonii Otwarcia i Zamknięcia Igrzysk Europejskich towarzyszył Camper Małopolski wraz ze stoiskiem informacyjno-promocyjnym regionu. Wszystkie powyższe działania promocyjne wraz z regularnym informowaniem o imprezie i poszukiwaniu wolontariuszy oraz publikowaniem filmów promocyjnych były relacjonowane w kanałach społecznościowych Małopolskiej Organizacji Turystycznej.

2.3. Juromania

W dniach 15-17 września 2023 roku w Małopolsce odbyła się Juromania - Święto Jury Krakowsko-Częstochowskiej. Małopolska Organizacja Turystyczna była partnerem wydarzenia. W ramach współpracy Juromania wraz z grupą rekonstrukcyjną miała okazję zaprezentować się podczas trzeciego przejazdu wakacyjnym pociągiem „Daj się ugościć” z RMF FM z Poznania do Zatora. Całe wydarzenie zostało szeroko zrelacjonowane na stronie RMF FM, w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram) wraz z ich oznaczeniami. W ciągu dalszych działań promocyjnych podczas sobotniego dnia Juromanii były nagrywane wejścia pogodowe do „Pytania na Śniadanie”, jedno z jesiennego cyklu w ramach kampanii „Daj się ugościć! Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę”. Nagrania do programu odbyły się drugiego dnia Święta Jury Krakowsko-Częstochowskiej w Muzeum Małopolski Zachodniej w Wygietzowie, na terenie skansenu oraz Zamku Lipowiec. Ponadto przekazaliśmy gadżety oraz wydawnictwa dla uczestników rajdu rowerowego w Bydlinie. Zarówno przed, w trakcie jak i po wydarzeniu aktywnie komunikowaliśmy o Juromanii w swoich mediach społecznościowych.

2.4. Targi Turystyczne

Targi turystyczne (10 targów zagranicznych i 3 krajowe) zrealizowane w 2023 roku przez Małopolską Organizację Turystyczną:

Targi turystyczne	
Data	Impreza

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

Targi zagraniczne	
10-15.01.2023 r.	Vakantiebeurs w Utrechcie
18-22.01.2023 r.	FITUR w Madrycie
19-22.01.2023 r.	MATKA w Helsinkach
2-5.02.2023 r.	FESPO w Zurychu
24-26.02.2023 r.	Danish Travel Show w Herning
7-9.03.2023 r.	ITB w Berlinie
15-16.04.2023 r.	Argus Bike Festival w Wiedniu
1-4.05.2023 r.	Arabian Travel Market w Dubaju
11-13.10.2023 r.	TTG Travel Experience w Rimini
6-8.11.2023 r.	WTM Londyn
Targi krajowe	
16-18.03.2023 r.	ITTF w Warszawie
13-14.05.2023 r.	Piknik nad Odrą w Szczecinie
23-25.11.2023 r.	TTWarsaw w Nadarzynie

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

2.5. Małopolski System Informacji Turystycznej

W 2023 r. Małopolska Organizacja Turystyczna przystąpiła do realizacji dwuletniej umowy na realizację Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej na lata 2023-2024. W trakcie trwania projektu zadania zostały podzielone na 2 zadania, tj. **Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej oraz Utrzymanie trwałości projektu m_MSIT – mobilny Małopolski System Informacji Turystycznej i jego rozwój w latach 2023-2024**. Poniżej szczegółowo opisano jakie zadania zostały zrealizowane.

1. **Wsparcie funkcjonowania i rozwój Małopolskiego Systemu Informacji Turystycznej na łączną kwotę. W ramach tego działania Małopolska Organizacja Turystyczna zrealizowała:**
 - a) **Aktualizacja i przygotowanie wydawnictw do druku, w tym w 2023 roku:**
 - Małopolska, Kraków. Katalog atrakcji turystycznych (wersja polska, angielska, niemiecka, włoska, hiszpańska, francuska, słowacka),
 - Mapa WM (wersja polska, angielska),

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

- Małopolska. Szlak Architektury Drewnianej (wersja: polska, angielska, niemiecka, włoska, hiszpańska, francuska),
- Małopolska. Aktywnie latem (wydawnictwo dwujęzyczne: polsko-angielskie),
- Małopolska. Małopolska Trasa Światowego Dziedzictwa UNESCO (wersja polska, angielska, niemiecka, włoska, hiszpańska, francuska, rosyjska),
- Małopolska na rowery. Wkręć się! (wersja polska),
- Małopolska. Aktywnie zimą: (wersja: angielska).

Ponadto przygotowano nową wersję wydawnictwa „**Małopolska, Aktywnie latem**” w wersji polsko-angielskiej w formacie A5, z nowymi, odświeżonymi opisami szlaków pieszych, rowerowych, nowymi propozycjami aktywności letnich.

b) **Zakup zdjęć na potrzeby wydawnictw:** w sumie w 2023 roku zakupiono 790 zdjęć.

c) **Druk wydawnictw i mapy Województwa Małopolskie w ilościach:**

- Małopolska, Kraków. Katalog atrakcji turystycznych wersja:
 - Polska: 13 050 egz.,
 - Angielska: 7 700 egz.,
 - Niemiecka: 3 250 egz.
- Małopolska. Szlak Architektury Drewnianej wersja:
 - Polska: 8 100 egz.,
 - Angielska: 4 000 egz.
- Małopolska. Aktywnie latem (polsko-angielska): 7 000 egz.
- Małopolska. Małopolska Trasa Światowego Dziedzictwa UNESCO - wersja:
 - Polska: 9 700 egz.,
 - Angielska: 5 100 egz.
- Małopolska na rowery. Wkręć się! Wersja: polska 5 500 egz.
- Mapa Województwa Małopolskiego wersja:
 - Polska: 11 200 szt.,
 - Angielska: 6 200 szt.
- Mapy blokowe dwustronne, mapki wydzieranki: 261 bloczków.

Łączny nakład: 81 061 egz.

d) **Materiały promocyjne (gadżety):**

- Plecaki rowerowe,
- Zestawy upominkowe termos + 2 kubki,
- Torby bawełniane,
- Długopisy zmywalne,
- Bandana z bawełny organicznej (chusta),
- Torby papierowe.

e) **Realizacja kampanii promocyjnej w tym:**

- artykuły sponsorowane w prasie branżowej (Wiadomości Turystyczne, Nowa Turystyka),
- 15 sekundowy film promocyjny w wybranych stacjach PKP w Polsce, m.in.:
 - Dworzec PKP Poznań Główny – 4 ekrany,

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

- Dworzec PKP Katowice – 11 ekranów,
 - Dworzec Warszawa Centralna – 15 ekranów,
 - Dworzec PKP Gdynia Główna – 6 ekranów,
 - Dworzec Wrocław Główny – 10 ekranów.
 - **Artykuły sponsorowane w serwisie Polska Press, na który składał się:**
 - artykuł sponsorowany (2 edycje) w dodatku telewizyjnym TeleMagazyn,
 - artykuły sponsorowane: wszystkie 23 serwisy regionalne w całej Polsce + stronapodrozy.pl + wszystkie naszemiasto.pl (ponad 500), 4 dni promocji na stronie głównej oraz 12 miesięczna widoczność w serwisie,
 - dodatkowa promocja artykułów sponsorowanych – native ads – 500 000 odston.
 - Artykuły sponsorowane w magazynie „Świat, Podróże, Kultura”
 - 2 materiały video w National Geographic Traveller
 - Artykuł natywny z video news w National Geographic Traveller, w tym:
 - artykuł redakcji wraz materiałem video umieszczony na stronie nationalgeographic.pl w tym dodatkowo promocja w social mediach na FB NG, FB NGT oraz na IG NG,
 - artykuł natywny z videonewsem: w tym dodatkowo promocja w social mediach na FB NG, FB NGT oraz na IG NG,
 - artykuł redakcji wraz materiałem video umieszczony na stronie nationalgeographic.pl w tym dodatkowo promocja w social mediach na FB NG, FB NGT oraz na IG NG.
 - f) **Działania promocyjne w mediach społecznościowych w tym:**
 - Przygotowywanie postów,
 - Przygotowywanie krótkich filmów tzw. rolek.
 - g) **Szkolenia dla pracowników informacji turystycznej, w tym:**
 - Szkolenie dla nowo zatrudnionych w jednostkach IT, które odbyło się 26 kwietnia w Krakowie,
 - Szkolenie dla wszystkich pracowników punktów IT w ramach MSIT, dwudniowe szkolenie, które odbyło się w Muszynie w terminie 04-05 października.
 - h) **Zarządzanie oznakowaniem turystycznym regionu w tym:**
 - Mycie i inwentaryzacja oznakowania turystycznego,
 - Naprawa, odtworzenie i rozwój oznakowania turystycznego.
2. **Utrzymanie trwałości projektu m_MSIT – mobilny Małopolskie System Informacji Turystycznej i jego rozwój, w ramach którego realizowane zostały takie zadania jak:**
- a) **Zarządzanie regionalnym portalem** poprzez powołanie zespołu redakcyjnego który dbał o publikacje wartościowych treści oraz aktualizację baz danych. Skład zespołu redakcyjnego w 2023 roku kształtował się następująco:
 - Marek Długopolski – redaktor naczelny,
 - Magdalena Delkowska – copywriter portalu,

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

- Katarzyna Niewidok – redaktor portalu,
 - Małgorzata Biskup – redaktor portalu,
 - Łukasz Gliński – redaktor portalu.
- b) **Optymalizacja i pozycjonowanie portalu visitmalopolska.pl**
- c) **Działania promocyjne portalu visitmalopolska.pl oraz aplikacji VisitMatopolska,**
w tym:
- Google Ads w okresie: 01.06.-31.08.2023 roku,
 - Facebook Ads w okresie: 01.06.-31.08.2023 roku,
 - Działania display w formie kreacji reklamowych w:
 - RMF FM w tym:
 - ✓ **Screening rmf24, rmfmaxx.pl, rmfon.pl liczba emisji 660 000 PV (liczba odston)**
Obecność premium polegająca na pełnym brandingu w serwisach rmf24.pl, rmfmaxx.pl, rmfon.pl. Połączenie tapety + banner. Emisja w wersji desktopowej serwisów.
 - ✓ **Mobile Web Interstitial, rmf24, rmfmaxx.pl, rmfon.pl, rmf.pl,**
Pełnoekranowa kreacja premium o wymiarach 300x600, emitowana na stronach mobilnych rmf.fm, rmf24.pl, rmfmaxx.pl podczas przejścia między podstronami serwisu. Kreację można zamknąć klikając w „X”.
 - ✓ **Sticky premiumboard rmf24, rmfmaxx.pl, rmfon.pl, rmf.pl liczba emisji 660 000 PV (liczba odston)**
Rozwijana kreacja emitowana w formie pływającej, podąża za użytkownikiem scrollującym stronę. Kreacja w wersji desktopowej ma wymiary 1250x100 i rozwijana jest do 1250x300, a w wersji mobilnej 600x100, rozwijana do 600x300. Emisja na serwisach Grupy RMF: rmf.fm, rmf24.pl, rmfmaxx.pl oraz na rmfon.pl.
 - Serwis internetowy Onet
 - ✓ Baner wideboard responsive multiscreen / halfpage mobile,
 - ✓ Performance marketing (Reach and Effect + Display Performance + Inbox Premium + Karuzela Mobile),
 - ✓ Reklama w Forbes Women.

Realizacja poszczególnych działań miała na celu przedstawienie potencjału turystycznego Województwa Małopolskiego turystom z kraju i zagranicy, a także zwiększenie rozpoznawalności marki Małopolski. Poza tym ważne jest również wzmocnienie marki jaką jest Małopolski System Informacji Turystycznej i zakorzenienie jej w przestrzeni turystycznej regionu jako miejsca, gdzie turysta otrzyma rzetelną i kompleksową informację. Zadanie zostało zrealizowane przy współpracy z punktami informacji turystycznej w ramach MSIT, lokalnymi organizacjami turystycznymi. Obecnie system zrzesza 29 punkty IT w całej Małopolsce w tym 3 punkty InfoKraków]. W 2023 roku do systemu dołączył nowy punkt w Kętach.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

Aktualna lista punktów Informacji Turystycznej MSIT

ANDRYCHÓW

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

BIECZ

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

BOCHNIA

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

BUKOWNO

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

CHRZANÓW

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

KĘTY

Rynek 13, 32-650 Kęty
+48 33 432 25 83 wew. 500
rynek13@kety.pl
kety.pl, facebook.com/Rynek13

KRAKÓW

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

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

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

KROŚCIENKO NAD DUNAJCEM

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

KRYNICA-ZDRÓJ

ul. Zdrojowa 15, 33-380 Krynica-Zdrój
+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

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

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 Pogorzycy
+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

WIELICZKA

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

WIŚNIOWA

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

2.6. 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 podjęła się realizacji zadania pn. „Realizacja badań ruchu turystycznego w Województwie Małopolskim w roku 2023”. Zadanie zostało powierzone Małopolskiej Organizacji Turystycznej w ramach otwartego konkursu ofert na realizację zadań publicznych Województwa Małopolskiego w dziedzinie turystyki i krajoznawstwa.

Badania były realizowane w dotychczasowej formule. Pobór danych o charakterze ilościowym i jakościowym oparty był o wywiady bezpośrednie z respondentami. W trakcie poboru ankieteryzy wykorzystywali przenośne urządzenia cyfrowe – tablety, a pozyskane informacje były transferowane do banku danych w czasie rzeczywistym. Równoległe odbywał się monitoring danych mobilnych unikalnych użytkowników odwiedzających Małopolskę i ilustrujących ich zachowanie turystyczne w regionie. Dane te miały charakter obserwacyjny, rejestrujące rzeczywiste zachowania, pozyskane przez aplikacje i strony mobilne wykorzystywane przez użytkowników smartfonów. Informacje pozyskane w ten sposób stanowiły punkt wyjścia do opracowania warstwy ilościowej badań, zarówno w raportach kwartalnych oraz końcowych.

Dane z hurtowni danych teleinformatycznych zostały pozyskane, opracowane i przygotowane dla I i III kwartału 2023 roku (w porównaniu do ubiegłych lat: 2022 - 2020 roku) w oparciu o ustalone cele badań.

Wywiady bezpośrednie przy wykorzystaniu zdigitalizowanych ankiet badawczych w 5 różnych wersjach językowych (polski, angielski, niemiecki, francuski i ukraiński) były pobierane w wybranych 20 różnych lokalizacjach w Małopolsce o dużym potencjale turystycznym, w atrakcjach oraz generujących największy ruch turystyczny w regionie. Proces ankietowania w terenie realizowany był przez trzy dni w tygodniu (piątek, sobota i niedziela) od połowy czerwca do końca września 2023 roku. Ankieta badawcza opracowana została przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej i w pełni 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 w liczbie 5 097 odbywały się wśród turystów i odwiedzających wewnątrzregionalnych, turystów i odwiedzających krajowych oraz turystów i odwiedzających zagranicznych, zgodnie z uprzednio przygotowanymi terminami i miejscami poboru prób.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

Wartości liczbowe i analizy z badań teleinformatycznych, opracowane w raportach częściowych, oraz wszystkie odpowiedzi z pozyskanych od turystów i odwiedzających Małopolskę wywiadów bezpośrednich, jak również między innymi dane z GUS i wybranych atrakcji turystycznych zostały 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 jest roczny raport z badań ruchu turystycznego zrealizowanych w 2023 roku. Jak z niego wynika Województwo Małopolskie notuje po raz kolejny wzrost liczby odwiedzających. Za cel podróży bowiem Małopolskę wybrało w ubiegłym roku 20,8 milionów gości, zarówno krajowych i zagranicznych. To rekordowa wartość w historii małopolskich badań ruchu turystycznego, blisko 23 procent wyższa w porównaniu do poprzedniego roku 2022 (16,93 mln), jednocześnie 16,5 procent wyższa w stosunku do roku 2019 (17,86 mln), przyjętym za bazowy punkt odniesienia z racji stabilnej sytuacji sprzyjającej rozwojowi turystyki przyjazdowej w Małopolsce do tego momentu. W strukturze odwiedzających w ubiegłym roku największy wzrost – 14-to krotny – zaobserwowano wśród zagranicznych odwiedzających jednodniowych oraz trzykrotny wśród turystów zagranicznych. Niższe, aczkolwiek stabilne wzrosty odnotowano wśród odwiedzających jednodniowych krajowych sięgający ponad 17 procent oraz turystów krajowych – 2,5 procenta. Małopolskę najczęściej odwiedzali mieszkańcy Wielkiej Brytanii, USA, Niemiec, Francji, Hiszpanii, oraz krajów Beneluksu i Republiki Czeskiej. Wśród krajowych odwiedzających przodowali mieszkańcy Małopolski, Mazowsza, Śląska, Dolnego Śląska i Wielkopolski.

W ramach badań ruchu turystycznego w roku 2023 opracowano również analizę małopolskiego rynku turystycznego w kontekście zaobserwowanych zmian w roku ubiegłym. Jako narzędzie diagnostyczne małopolskich podmiotów branży turystycznej wykorzystano sondaż przeprowadzony techniką CAWI (ang. Computer-Assisted Web Interview) za pośrednictwem platformy ProfiTest.pl w okresie październik – grudzień 2023. Kwestionariusz składał się z 20 pytań i metryczki (zawierającej podstawowe dane respondenta). Dwa pytania w ankiecie miały charakter zamknięty, jedno z nich dawało możliwość wyboru więcej niż jednej odpowiedzi. W przypadku siedmiu pytań – otwartych – badani wpisywali własne odczucia i przemyślenia, a w przypadku pięciu innych – półotwartych – mogli z podanej kafeterii wybrać wiele odpowiedzi i na końcu dopisać swoje uwagi. Pozostałe sześć pytań wymagało wpisania konkretnych informacji. Na podstawie wyników sondażu

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

diagnostycznego przygotowano wnioski z badań, rekomendacje i obserwacje rynku turystycznego dotyczących m.in. zmian w zachowaniach konsumentów, przedsiębiorców turystycznych, operatorów turystycznych, nowych produktów, nowych zachowań biznesowych, nowych form sprzedaży, organizacji pracy, promocji, sprzedaży usług itp. z pozycji regionu/kraju/świata).

Skład Zespołu Ekspertów obejmował:

- dr hab. Renata Seweryn, prof. UEK – Kierownik Zespołu Ekspertów - 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.

Produktem finalnym pracy Zespołu Ekspertów jest raport „Małopolska Branża Turystyczna w roku 2023” będący uzupełnieniem badań ruchu turystycznego zrealizowanych w 2023 roku. Oba raporty dostępne są na stronach MOT: www.mot.krakow.pl. Z raportu dowiemy się jakie czynniki otoczenia, społeczno-gospodarcze i geopolityczne kształtowały sytuację małopolskiej branży turystycznej w badanym okresie. Za destabilizujące działalność gospodarczą uznano: trwającą wciąż wojnę w Ukrainie, wojnę Izraela z Palestyną w Strefie Gazy, zjawiska inflacyjne, kryzys gospodarczy, podwyżkę cen energii, sytuację polityczną i ciągłe zmiany w polityce wewnętrznej naszego kraju. Optymizmem napawały natomiast, przypadłe na wiosnę zeszłego roku, koniec pandemii i ograniczeń w podróżowaniu, ciągłe zainteresowanie Polską i pozytywny wizerunek Krakowa na rynku międzynarodowym czy też odrodzenie się rynku podróży lotniczych. Raport również oferuje wgląd w obserwowane przez małopolską branżę turystyczną zmiany w zachowaniach turystów. W stosunku do lat ubiegłych widoczne są takie trendy jak: krótsze pobyty, krótsze terminy rezerwacji, przewaga indywidualnych rezerwacji nad grupowymi czy też wzrost wrażliwości cenowej odwiedzających. Raport kończy lista wniosków i rekomendacji sugerowanych w celu poprawy obecnego stanu małopolskiej branż turystycznej.

2.7. Badania ruchu turystycznego w Krakowie

W 2023 roku Małopolska Organizacja Turystyczna zrealizowała badania ruchu turystycznego w Krakowie w takiej samej formule jak w 2022 roku. Podobnie jak w badaniach małopolskich przyjęty system zbierania danych oparto na trzech metodach:

1. Metodzie wywiadów bezpośrednich (ankiety badawcze zbierane z wykorzystaniem tabletów i z automatycznym przesyłem do banku danych) oraz analizie danych zastanych (desk research).

Ankiety badawcze (wywiady bezpośrednie) były pobierane w 9 lokalizacjach w Krakowie, tj. Rynek Główny, Wawel, Lotnisko Kraków Airport, Dworzec Główny, Łagiewniki, Brama Floriańska oraz wybrane miejsca noclegowe. Proces ankietowania w terenie odbywał się podczas weekendów (piątek, sobota, niedziela) od lipca do końca grudnia 2023 roku. Badania ruchu turystycznego przeprowadzane były za pomocą

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

zaktualizowanej ankiety badawczej przygotowanej przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej. Aby usprawnić i unowocześnić pobór ankiet został przygotowany program operacyjny/aplikacja, która umożliwiła ankietnikom przeprowadzanie badania w terenie z wykorzystaniem tabletów. Łącznie zebrano ponad 3031 ankiet, które zostały poddane weryfikacji i w dalszej kolejności odrzucono błędne formularze ankietowe.

2. Metodzie pozyskiwania danych z hurtowni danych teleinformatycznych (dane o charakterze obserwacyjnym z wyłączeniem ankiet, rejestrujące rzeczywiste zachowania, pozyskane przez aplikacje i strony mobilne wykorzystywane przez użytkowników smartfonów).

Dane z hurtowni danych teleinformatycznych zostały pozyskane, opracowane i przygotowane dla okresu 3 miesięcy czerwiec-sierpień 2023 r. i 7 miesięcy czerwiec-grudzień 2023 r. (w porównaniu do 2020, 2021 i 2022 roku) w oparciu o ustalone cele badań i zakres. Na ich podstawie powstały raporty częściowe.

3. Metodzie analizy danych istniejących (badania typu desk research), która opierała się na powszechnie dostępnych danych, szczególnie z Głównego Urzędu Statystycznego.

Dane z GUSu zostały pozyskane dla każdego miesiąca 2021 roku dla powiatu m. Kraków.

Odpowiedzi z pozyskanych ankiet, dane z hurtowni danych teleinformatycznych oraz dane z GUSu są analizowane przez Międzyuczelniany Zespół Ekspertów Małopolskiej Organizacji Turystycznej (MZE MOT) w składzie:

- prof. WSTiE dr Krzysztof Borkowski - kierownik Zespołu Badawczego - Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej,
- prof. UEK 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.

Zastosowana triangulacja metod badawczych podniosła jakość prowadzonych badań i w znacznym stopniu ograniczyła błąd pomiaru. Na podstawie zebranych danych Zespół Badawczy przygotowuje Raport całościowy z badania ruchu turystycznego w Krakowie w 2022 roku.

W ramach badania ruchu turystycznego w Krakowie trwają również prace nad opisaniem struktury podaży usług turystycznych w kontekście zmian wywołanych przez COVID-19. Do opracowania tego celu powołano Zespół Ekspertki w składzie:

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

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

Zespół przygotował i opracował metodologię wraz z formularzem ankiety badawczej. Badanie przeprowadzono w formie online poprzez przesłanie formularza ankiety do wybranej grupy przedsiębiorców z Krakowa. Na podstawie otrzymanych odpowiedzi w ankietach zostanie przygotowany Raport. Poza tym otrzymane wyniki z badań podażowych i badań ruchu turystycznego pozwolą Zespołowi Eksperckiemu przygotować wnioski z badań, rekomendacje i obserwacje rynku turystycznego (np. zmian w zachowaniach konsumentów, przedsiębiorców turystycznych, operatorów turystycznych, nowych produktów, nowych zachowań biznesowych, nowych form sprzedaży, organizacji pracy, promocji, sprzedaży usług, itp. z pozycji regionu/kraju/świata).

W 2023 roku Kraków odwiedziło łącznie 12 180 000 osób (czyli o 3 780 000 więcej niż w 2022 roku i 1 870 000 mniej niż w 2019 roku), w tym turystów, którzy spędzili na terenie Krakowa przynajmniej 1 noc, było aż 7,05 mln (2022 r.: 5,36 mln, 2019 r.: 10,15 mln). Wzrost liczby osób odwiedzających Kraków w stosunku do roku 2022 dotyczył odwiedzających krajowych (2023 r.: 11,28 mln, 2022 r.: 7,9 mln) i odwiedzających zagranicznych (2023 r.: 0,9 mln, 2022 r.: 0,5 mln).

Wzmożony ruch turystyczny jest zjawiskiem korzystnym dla gospodarki Krakowa, o czym najczęściej świadczą zyski. W 2023 roku zaobserwowano większy ruch turystyczny w Krakowie niż rok wcześniej, stąd szacunkowe wpływy Krakowa z turystyki wyniosły 10,6 mld (2022 r.: 6,7 mld zł).

Wśród odwiedzających krajowych w 2023 roku dominowały osoby pochodzące z Mazowsza (17%) oraz z Małopolski (11,9%). Na trzeciej pozycji znalazł się Śląsk (10,6%), w dalszej kolejności znalazły się takie województwa, jak: wielkopolskie (8,5%), świętokrzyskie (7,1%) i dolnośląskie (6,7%).

Kraków w 2023 roku odwiedziło najwięcej obcokrajowców z Wielkiej Brytanii (25%), na drugim miejscu uplasowali się odwiedzający z Niemiec (18,4%). Liczną grupą przybywającą do Krakowa byli również przedstawiciele Włoch (9,1%), USA (6,9%), Francji (5,8%) oraz Hiszpanii (4,9%).

Najatrakcyjniejszymi obiektami turystycznymi Krakowa wskazanymi przez odwiedzających w 2023 roku były: Rynek Główny, galerie handlowe, podziemia Rynku Głównego, Bulwary nad Wisłą, Sukiennice, uliczki i zaułki Starego Miasta, kościoły, Zamek Królewski na Wawelu oraz restauracje i puby.

Najbardziej popularnymi celami przyjazdu odwiedzających Małopolskę w 2022 roku były: wypoczynek (35,6%), zwiedzanie zabytków (24,1%) oraz odwiedziny miejsc rodzinnych (11,3%). W dalszej kolejności istotnymi celami były: rozrywka (4,9%), odwiedziny krewnych (3,5%), odwiedziny znajomych (2,9%), religia (2,9%) oraz udział w imprezie sportowej (2,2%).

2.8. Badania podażowe w Małopolsce

W 2023 roku Małopolska Organizacja Turystyczna we współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego przeprowadziła zaktualizowane badanie podażowe. Celem badania było opisanie struktury podaży usług turystycznych w Małopolsce w 2023 roku oraz przygotowanie wniosków z badań, rekomendacji i obserwacji rynku turystycznego na podstawie przeprowadzonego sondażu diagnostycznego wśród małopolskich podmiotów branży turystycznej.

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

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

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

Powstałe opracowanie jest efektem pracy grupy ekspertów z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, wykonanej na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego pod nadzorem Małopolskiej Organizacji Turystycznej, w której skład wchodził:

- dr hab. Renata Seweryn, prof. UEK, kierownik projektu,
- dr hab. Agata Niemczyk, prof. UEK,
- dr hab. Krzysztof Borodako, prof. UEK,
- dr Michał Rudnicki.

W przygotowanym opracowaniu poruszonych zostało szereg zagadnień związanych z funkcjonowaniem małopolskiej branży turystycznej w warunkach postpandemicznych, kryzysu ekonomicznego i wojny na Ukrainie. Wśród poruszonych problemów znalazły 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

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

małopolskim firmom turystycznym i ich oczekiwań w tym zakresie ze strony Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego.

2.9. Badania podażowe w Krakowie

W 2023 roku Małopolska Organizacja Turystyczna we współpracy z Urzędem Miasta Krakowa przeprowadziła zaktualizowane badanie podażowe. Celem badania było opisanie struktury podaży usług turystycznych w Krakowie w 2023 roku oraz przygotowanie wniosków z badań, rekomendacji i obserwacji rynku turystycznego na podstawie przeprowadzonego sondażu diagnostycznego wśród krakowskich podmiotów branży turystycznej.

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

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

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

Raport długi z przeprowadzonego badania jest w trakcie opracowywania, do tej pory powstał raport skrócony. Wersja długa raportu zostanie przygotowana do końca czerwca 2024 roku.

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

- dr hab. Renata Seweryn, prof. UEK, kierownik projektu,
- dr hab. Agata Niemczyk, prof. UEK,
- dr hab. Krzysztof Borodako, prof. UEK,
- dr Michał Rudnicki.

Produktem finalnym pracy Zespołu Ekspertów jest raport „KRAKOWSKA BRANŻA TURYSTYCZNA W 2023 ROKU” będący uzupełnieniem badań ruchu turystycznego w Krakowie zrealizowanych w 2023 roku. Z raportu dowiemy się jakie czynniki otoczenia, społeczno-gospodarcze i geopolityczne kształtowały sytuację krakowskiej branży turystycznej w badanym

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

okresie. Za destabilizującą działalność gospodarczą uznano m.in.: trwającą wciąż wojnę w Ukrainie, wojnę Izraela z Palestyną w Strefie Gazy, zjawiska inflacyjne, kryzys gospodarczy, ogólną niepewność gospodarczo-polityczną na świecie, zagrożenia wynikające z pandemii, postępujące zniewolenie ekologiczne i obyczajowe, wahania cen energii, zanieczyszczenie/smog. Optymizmem napawały natomiast m.in. takie czynniki jak: przypadek na wiosnę zeszłego roku - koniec pandemii i ograniczeń w podróżowaniu, koniec problemów z dostawą towarów, ciągłe zainteresowanie Polską i pozytywny wizerunek Krakowa na rynku międzynarodowym czy też odrodzenie się rynku podróży lotniczych, większa liczba połączeń, w tym tanich linii jak też zabytkowy charakter Krakowa, jego atrakcyjność dla turystów i popularność city break oraz międzynarodowe wydarzenia, w tym kongresy w CK ICE. Pozytywnie na działalność badanych firm turystycznych z Krakowa wpłynęło również zastąpienie klientów z Rosji klientami z krajów arabskich. Sam raport oferuje także wgląd w obserwowane przez krakowską branżę turystyczną zmiany w zachowaniach turystów. W stosunku do lat ubiegłych widoczne są takie trendy jak: krótsze pobyty, krótsze terminy rezerwacji, przewaga indywidualnych rezerwacji nad grupowymi, kupowanie więcej usług podczas pobytu, bez wcześniejszych rezerwacji czy też wzrost wrażliwości cenowej odwiedzających. Turyści byli bardziej oszczędni (57% wskazań), wymagający (40% wskazań) i roszczeniowi (31% wskazań). Wzrosło także zainteresowanie turystyką krajową (13%) i lokalną (8%), ale i wyjazdami zagranicznymi (8%). W raporcie można zapoznać się jeszcze ze zmianami w zachowaniach przedsiębiorców turystycznych, operatorów turystycznych, z nowymi zachowaniami biznesowymi, nowymi produktami i formami sprzedaży oraz promocji. Raport kończy lista wniosków i rekomendacji sugerowanych w celu poprawy obecnego stanu krakowskiej branży turystycznej.

Raporty dostępne są na stronach MOT: www.mot.krakow.pl.

2.10. Otwarty Szlak Architektury Drewnianej

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

Latem 2023 roku do zwiedzania udostępniono 58 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. Obiekty zwiedzać można było do końca września od czwartku do niedzieli. Do końca października zwiedzać można kościoły w Sromowcach Niżnych i Szalowej. Kościoły i cerkwie znajdujące się na liście UNESCO otwarte były przez cały 2023 rok.

Lista obiektów udostępnionych do zwiedzania w 2023 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),

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

4. Sękowa, Kościół pw. św. św. Apostołów Filipa i Jakuba (Lista UNESCO),
5. Brunary Wyzne, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Michała Archanioła (Lista UNESCO),
6. Kwiatów, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Paraskewy (Lista UNESCO),
7. Owczary, Cerkiew greckokatolicka pw. Opieki Bogurodzicy NMP (Lista UNESCO),
8. Powroźnik, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Jakuba Młodszeo Apostoła (Lista UNESCO),
9. Bartne, Cerkiew prawosławna pw. św. św. Kosmy i Damiana,
10. Barwałd Dolny, Kościół pw. św. Erazma Biskupa i Męczennika,
11. Bielanka, Cerkiew greckokatolicka pw. Opieki NMP,
12. Bodaki, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Dymitra,
13. Chabówka, Kościół pw. Świętego Krzyża w Rdzawce "na Piątkowej Górze",
14. Czarna, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Dymitra,
15. Czerмна, Kościół pw. św. Marcina,
16. Dąbrowa Tarnowska, Kościół pw. Wszystkich Świętych,
17. Dubne, Cerkiew pw. św. Michała Archanioła,
18. Grywałd, Kościół pw. św. Marcina Biskupa,
19. Iwkowa, Kościół pw. Nawiedzenia Najświętszej Marii Panny,
20. Jawiszowice, Kościół pw. św. Marcina,
21. Kasina Wielka, Kościół pw. św. Marii Magdaleny,
22. Kraków – Mogiła, Kościół pw. św. Bartłomieja,
23. Krynica Zdrój, Kościół pw. Przemienienia Pańskiego i Matki Boskiej Częstochowskiej,
24. Krynica Zdrój - Słotwiny Cerkiew pw. Opieki Najświętszej Marii Panny,
25. Lachowice, Kościół pw. Świętych Apostołów Piotra i Pawła,
26. Leluchów, Cerkiew pw. św. Dymitra,
27. Łopuszna, Kościół pw. Świętej Trójcy i św. Antoniego Opata,
28. Łosie, Cerkiew pw. Narodzenia Najświętszej Marii Panny,
29. Łososina Górna, Kościół pw. Wszystkich Świętych,
30. Łukowica, Kościół pw. św. Andrzeja Apostoła,
31. Marcyporęba Kościół pw. św. Marcina,
32. Męcina, Kościół pw. św. Antoniego Opata Pustelnika,
33. Nowica, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Paraskewy,
34. Nowy Targ, Kościół cmentarny pw. św. Anny,
35. Orawka, Kościół pw. św. Jana Chrzciciela,
36. Paczółtowice, Kościół pw. Nawiedzenia NMP,
37. Poręba Wielka, Muzeum Biograficzne Władysława Orkana „Orkanówka”,
38. Przydonica, Kościół pw. Matki Bożej Różańcowej,
39. Przysłop, Cerkiew greckokatolicka św. Michała Archanioła,
40. Raclawice, Kościół pw. Narodzenia Najświętszej Maryi Panny,
41. Rajbrot, Kościół parafialny pw. Narodzenia Najświętszej Marii Panny,
42. Ropica Górna, Cerkiew greckokatolicka pw. św. Michała Archanioła,
43. Ryglie, Spichlerz dworski,

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

44. Sobolów, Kościół pw. Wszystkich Świętych,
45. Skawinki, Kościół pw. św. Joachima,
46. Sromowce Niżne, Kościół pw. św. Katarzyny,
47. Szalowa, Kościół pw. św. Michała Archanioła,
48. Szyk, Kościół pw. św. Stanisława Biskupa i św. Barbary,
49. Świdnik, Dwór drewniany,
50. Trybsz, Kościół pw. św. Elżbiety Węgierskiej,
51. Tylicz, Kościół pw. Świętych Apostołów Piotra i Pawła,
52. Tymowa, Kościół parafialny pw. św. Mikołaja Biskupa,
53. Uście Gorlickie, Cerkiew św. Paraskewy,
54. Wierchomla Wielka, Cerkiew pw. św. Michała Archanioła,
55. Więchtawice Stare, Kościół pw. św. Jakuba,
56. Wola Radziszowska, Kościół pomocniczy pw. Wniebowzięcia NMP,
57. Wołowiec, Cerkiew prawosławna pw. Opieki Matki Bożej,
58. Zawoja, Kościół pw. św. Klemensa.

2.11. Projekty „Poznaj region” oraz „Małopolska – Meeting&Travel”

Małopolska Organizacja Turystyczna wzięła udział w otwartym konkursie ofert na realizację zadań publicznych Województwa Małopolskiego w dziedzinie turystyki i krajoznawstwa w 2023 r. pn. "Małopolska Gościńna – IV edycja". W ramach konkursu zostały przez MOT złożone dwie oferty – w ramach 3 priorytetu pn. „Poznaj region” oraz w ramach 4 priorytetu pn. „Małopolska – Meeting & Travel”. Obie oferty zostały rozpatrzone pozytywnie i podpisano umowy na ich realizację.

Projekt „Poznaj Region – Wizyty turystyczno-kulturalne po Małopolsce - Rozwój kulturalny dzieci i młodzieży poprzez muzykę” zakończył się sukcesem. W ramach zadania zorganizowano łącznie 59 grup dzieci i młodzieży, które mogły skorzystać z wizyty w Krakowie w wydarzeniu turystyczno-kulturalnym dla dzieci i młodzieży z regionu Małopolski. Wizyta obejmowała uczestnictwo w musicalu w Operze Krakowskiej – Instytucji Kultury Województwa Małopolskiego, której jedną z najistotniejszych misji jest popularyzacja muzyki klasycznej oraz współczesnych jej form, w tym bogatego polskiego dziedzictwa kulturowego.

Cel został osiągnięty w 118%, przy założeniu w ofercie zrealizowania min. 50 wizyt turystyczno-kulturalnych. Najważniejszym kryterium było zadowolenie uczestników, w tym dzieci i młodzieży z różnych klas szkół podstawowych jak i ponadpodstawowych, którzy z zacięciem i skupieniem oglądali spektakl „Kopernik” w Operze Krakowskiej a potem uczestniczyli w zwiedzaniu najpiękniejszych zabytków Krakowa. Duża większość dzieci i młodzieży była po raz pierwszy w gmachu Opery Krakowskiej oraz mogła uczestniczyć w musicalu. 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

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

długo zostaną 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, uważnie i z zaciekawieniem oglądały spektakl, który trwał nieprzerwanie 90 minut.

Trwałym efektem przedsięwzięcia jest rozwój i wzmocnienie kompetencji kulturalnych dzieci i młodzieży z regionu Małopolski. Musical stanowił znakomite uzupełnienie dla programu edukacyjnego realizowanego w szkołach w zakresie lekcji historii, muzyki czy też specjalistycznych kół zainteresowań.

Po spektaklu dzieci i młodzież, uczestniczący w wizytach w terminach 10 października 2023 roku i 11 października 2023 roku, mogli wymienić się poglądami na temat obejrzanego spektaklu „Kopernik”, spożywając posiłek przygotowany przez firmę cateringową, na który składały się duża butka z masłem, szynką i serem, obwarzanek, jabłko i woda mineralna w opakowaniu 0,5l Pet. W terminach późniejszych tj. 30 listopada 2023 roku oraz 1 grudnia 2023 roku z uwagi na okres zimowy oraz chłodniejsze dni przygotowany był poczęstunek w zabytkowych Piwnicach Wierzyńska, ciepły posiłek składający się z drugiego dania obiadowego, w tym z nuggetsów z kurczaka, ziemniaków, surówki z kapusty i kompotu, dodatkowo każdy uczestnik otrzymał napój 0,5l Pet oraz jabłko.

Kolejną lekcją historii i nie tylko, było zwiedzanie Krakowa. Profesjonalni przewodnicy zabrali poszczególne grupy dzieci i młodzieży aby przybliżyć historię miasta Krakowa oraz pokazać atrakcje wzbudzające zainteresowanie i przyciągające turystów z całego świata. 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 Ottarzem Wita Stwosza a także Zamek Królewski na Wawelu. Zobaczyły również miejsce w którym Mikołaj Kopernik się uczył – Collegium Maius. Niebywale interesujące były opowieści przewodników, legendy i historie opowiadane w niezwykle ciekawy sposób, który docierał nawet do najmłodszych uczestników.

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

Trwałość efektów projektu, jakimi są budowa i wzmocnienie pozytywnego wizerunku Krakowa i regionu Małopolski, zostały zrealizowane w 100%, gdyż zakładana frekwencja uczestników projektu „POZNAJ REGION”, znacząco przerasta oczekiwania wszystkich zaangażowanych w projekt. W dniu 11 października 2023 roku zamknięto nabór uczestników ze względu na otrzymanie bardzo wielu zgłoszeń z poszczególnych szkół oraz ograniczoną ilość miejsc w Operze Krakowskiej. Przewidziano 4 spektakle w dniach 10, 11 października 2023 roku oraz 29, 30 listopada 2023 roku, przy czym uległ zmianie termin 29 listopada 2023 roku z uwagi na problemy techniczne w Operze Krakowskiej, związane z przygotowaniem

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

sceny i za obustronnym porozumieniem spektakl odbył się 01 grudnia 2023 roku. W związku z tym faktem, MOT musiało dokonać pewnych weryfikacji umów logistycznych.

W projekcie uczestniczyło łącznie 2704 uczestników, w tym: 2496 uczniów, w tym 6 uczniów niepełnosprawnych i 210 opiekunów, którzy przyjechali z różnych miejscowości do Opery Krakowskiej 59 autokarami.

W dniu 10 października 2023 roku spektakl „Kopernik” w Operze Krakowskiej obejrzało łącznie wraz z opiekunami 672 uczestników wizyt, tj. 14 grup, w tym uczniowie 31 różnych klas.

W dniu 11 października 2023 roku liczba ta wyniosła 658 osób, tj. 14 grup, w tym uczniowie 55 różnych klas.

W dniu 30 listopada 2023 roku liczba ta wyniosła 670 osób, tj. 16 grup, w tym uczniowie 38 różnych klas.

W dniu 1 grudnia 2023 roku liczba ta wyniosła 704 osób, tj. 15 grup, w tym uczniowie 38 różnych klas.

Łącznie w tych dniach w projekcie uczestniczyły 162 klasy z różnych szkół podstawowych i ponadpodstawowych z regionu Małopolski.

Łączna ilość zgłoszonych uczestników do dnia zamknięcia naboru – 3 263 osoby.

Małopolska Organizacja Turystyczna w ramach finansowania ze środków Województwa Małopolskiego zrealizowała również projekt pn. „Małopolska – Meeting&Travel”. Celem realizacji niniejszego zadania publicznego była budowa rozpoznawalności Małopolski jako lidera turystyki na rynku krajowym i rynkach zagranicznych poprzez wielopłaszczyznową promocję regionalnej oferty turystycznej i jej strategicznych filarów - turystyki kulturowej i kulinarnej, turystyki aktywnej, turystyki spa i wellness.

Zorganizowanych zostało 11 wydarzeń:

- prezentacja Małopolskiej Turystyki podczas II Europejskiego Kongresu Sportu i Turystyki,
- konferencja pn. Współpraca-Innowacje-Turystyka Zrównowazona,
- prezentacja Małopolski na Międzynarodowych Targach Turystycznych TTG Travel Experience 2023 Rimini,
- misja gospodarcza do Japonii,
- misja gospodarcza do Arabii Saudyjskiej,
- Roadshow Polonia 2023,
- prezentacja oferty Małopolski podczas konferencji Aviation Bridge w Nowym Jorku,
- prezentacja oferty turystycznej Małopolski podczas Targów TT Warsaw,
- prezentacja oferty enoturystycznej Małopolski w Brukseli,
- przygotowanie i emisja ukierunkowanego programu telewizyjnego o charakterze turystyczno-kulinarnym - w Zatorze odbyły się nagrania 6 wejść pogodowych do programu telewizyjnego w TVP2 Pytanie na Śniadanie. Tematem wejść była oferta

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

kulturalna Zatora, karp zatorski oraz inne produkty z Doliny Karpia, oraz szeroko pojęta kuchnia zatorska,

- działania promocyjno-reklamowe z wykorzystaniem anteny ogólnopolskiej rozgłośni radiowej RMF FM skierowane do mieszkańców Polski z przewodnim wątkiem turystycznym i kulturowym, gdzie szczególnie promowana była turystyka przyjazdowa okolicznościowa – związana z konkretną okazją przyjazdową, jaką są święta Bożego Narodzenia i oferta zimowa regionu. Świąteczny konwój z choinkami od Małopolski w dniach 10-16 grudnia dotarł kolejno do 10 miast w Polsce: Zatora, Bytomia, Opola, Legnicy, Leszna, Inowrocławia, Olsztyna, Elbląga, Gdyni i Krakowa. W każdym mieście na słuchaczy RMF FM czekała strefa, w której do odebrania były choinki, prezenty od Małopolski i degustacje małopolskich potraw bożonarodzeniowych – karpia zatorskiego. Działania składały się z kampanii spotowej, konkursu dla słuchaczy, w wyniku którego do wygrania było aż sześć rodzinnych, zimowych pobytów w Hotelu Bukovina.

Wszystkie działania miały na celu m.in. komunikację Małopolski jako markowego regionu turystycznego. Dzięki realizacji zadania umocniła się pozycja Małopolski jako bezpiecznej destynacji do podróży turystycznych i zwiększyła się internacjonalizacja małopolskich przedsiębiorców turystycznych oraz podmiotów i instytucji z Małopolski działających na rzecz rozwoju i promocji regionalnej turystyki.

Projekt został zrealizowany w okresie wrzesień-grudzień 2023 roku.

3. Współpraca z Polską Organizacją Turystyczną i Ministerstwem Sportu i Turystyki

3.1. Europejski Kongres Sportu i Turystyki

Prezentacja Małopolskiej Turystyki podczas II Europejskiego Kongresu Sportu i Turystyki w Hotelu Bachleda Kasprowy w Zakopanem zrealizowana została w terminie 26-28.09.2023 r. i połączona była z obchodami Światowego Dnia Turystyki i Galą Konkursu Turystyczne Skarby Małopolski. Celem kongresu było zbudowanie trwałych relacji biznesowych, brali w nim udział działacze, trenerzy, sportowcy, osoby ze świata mediów i biznesu, a przede wszystkim krajowi i europejscy decydenci. Poruszane podczas kongresu tematy miały na celu podniesienie świadomości na temat roli turystyki w ramach społeczności międzynarodowej i pokazania, jak wpływa na społeczne, kulturowe, polityczne i ekonomiczne wartości na całym świecie, a także miały ukazać wyzwania, jakie stają przed światem sportu i turystyki w trzeciej dekadzie XXI wieku.

Wśród gości znaleźli się Prezydent RP Andrzej Duda, Minister Sportu i Turystyki Kamil Bortniczuk, Wiceminister Andrzej Gut-Mostowy, Marszałek Województwa Małopolskiego Witold Kozłowski, Członek Zarządu Województwa Małopolskiego – Iwona Gibas i wielu innych

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

znakomitych osób związanych z rozwojem sportu i turystyki, a także mających realny wpływ na funkcjonowanie tych dziedzin.

Podczas kongresu skorzystać można było z wielu wydarzeń towarzyszących, w tym odwiedzić stoisko promujące region, gdzie można było posmakować specjałów kuchni regionalnej i małopolskich win.

3.2. Konferencja branżowa 2.0. WSPÓŁPRACA – INNOWACJE – TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA

Małopolska Organizacja Turystyczna włączyła się w realizację wraz z Polską Organizacją Turystyczną projektu WSPÓŁPRACA – INNOWACJE – TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA z początkiem października 2023. Projekt ten miał charakter ogólnopolski i realizowany był z POT we współpracy z regionalnymi organizacjami turystycznymi. Elementem kluczowym była konferencja dedykowana tej tematyce z zakresu aktualnych wizji, strategii profesjonalizacji produktów turystycznych i nowych trendów promocji turystyki. Patronem medialnym wydarzenia był Dziennik Rzeczpospolita Serwis Turystyka.

Konferencja odbyła się w Hotelu Hilton Garden Inn – Kraków Airport w Balicach w dniu 2.10.2023 roku. Inicjatorem i promotorem przedsięwzięcia była Polska Organizacja Turystyczna, a wydarzenie otrzymało dofinansowanie ze środków Województwa Małopolskiego. W konferencji udział wzięli prominentni goście, m.in.: Andrzej Gut-Mostowy - Sekretarz Stanu, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Anna Korfel-Jasińska - Zastępca Prezydenta Miasta Krakowa, Rafał Szmytke - Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej, Grzegorz Biedroń - Prezes Małopolskiej Organizacji Turystycznej. Wśród prelegentów znaleźli się Pavel Trojan, Dyrektor Zagranicznego Ośrodka Polskiej Organizacji Turystycznej w Pradze, Adam Mikołajczyk, Prezes Fundacji Best Place – Europejski Instytut Marketingu Miejsc, Anula Galewska, Prezes Fundacji Travindy, Grzegorz Biedroń, Prezes Małopolskiej Organizacji Turystycznej, Radostaw Włoszek, Prezes Kraków Airport, Jerzy Regiec, Prezes Polskiego Stowarzyszenia Flisaków Pienińskich, dr Bartłomiej Walas, prof. Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej, Grzegorz Soszyński, Prezes Stowarzyszenia Organizacja Turystyczna Królewskiego Miasta Krakowa. Podsumowaniem konferencji była debata z udziałem ekspertów branżowych, m.in., Anna Jędrocha – Wiceprezes Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy w Polsce, Elżbieta Kantor – Dyrektor Wydziału Turystyki Urzędu Miasta Krakowa, Anula Galewska – Prezes Fundacji Travindy, Grzegorz Biedroń – Prezes Małopolskiej Organizacji Turystycznej, Grzegorz Gogola – Prezes Kraków Airport Hotel, Piotr Polanek – Dyrektor Departamentu Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, Marcin Pałach – Dyrektor Tarnowskiego Centrum Informacji. Panel dyskusyjny moderowany był przez Adama Mikołajczyka, Prezesa Fundacji Best Place – Europejski Instytut Marketingu Miejsc. W konferencji udział wzięło blisko 80 osób z branży przemysłu czasu wolnego, turystycznej, hotelarskiej, branżowych i gospodarczy stowarzyszeń oraz przedstawiciele Jednostek Samorządu Terytorialnych.

3.3. Współpraca z Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych

W ramach otwartego konkursu ofert na dofinansowanie realizacji zadań publicznych w 2023 roku z zakresu części 40 budżetu państwa – Turystyka, - Priorytet 3. Podnoszenie jakości i kompetencji kadr zawodowych i społecznych w turystyce w zakresie poprawy świadczonych usług”, prowadzonego przez Ministra Sportu i Turystyki, Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych (FROT) złożyło wnioski o dofinansowanie projektu pt. „AKADEMIA LIDERÓW III – jak budować prawdziwe zaangażowanie i rozwijać talenty w zespole? Podniesienie kompetencji zawodowych turystycznej kadry menadżerskiej. Partnerami FROT w realizacji projektu były regionalne organizacje turystyczne, w tym Małopolska Organizacja Turystyczna. Zgodnie z założeniami projektu udział uczestników w warsztatach był bezpłatny.

Okres realizacji projektu: maj 2023 roku - październik 2023 roku.

Zeszłoroczna edycja różniła się formułą, do której przyzwyczało nas dotychczas FROT realizując dwie poprzednie edycje Akademii Liderów. Tym razem zamiast cyklu konferencyjno-szkoleniowego w formie webinarów, składającego się z szkoleń online oraz 1 konferencji stacjonarnej, zajęcia były podzielone na dwa etapy.

Część I planowanego cyklu szkoleniowego „Lider Talentów, czyli jak budować prawdziwe zaangażowanie i rozwijać talenty” skierowana była do wybranej grupy 16 liderów lokalnych (kadry zarządzającej ROT-ów tj. dyrektor/prezes/członek zarządu ROT) ze wszystkich 16 regionalnych organizacji turystycznych (po 1 przedstawicielu z każdego ROTu). W ramach tego cyklu szkoleniowego odbył się 6 modułów szkoleniowych on-line, każdy składających się z warsztatów (4 godziny), a także następującej po nich sesji mentoringowej online. (1 godziny). Cykl I programu „Lider Talentów” odbył się zgodnie z poniższym harmonogramem:

Harmonogram i tematyka zajęć

Moduł 1 – szkolenie 30.05.2023 „Autentyczny, silny i inspirujący lider w trudnych dla turystyki czasach VUCA”

sesja mentoringowa – 13.06. 2023

Moduł 2 – szkolenie 15.06.2023 „Buduj siłę i motywację swojego zespołu na talentach”

sesja mentoringowa – 29.06. 2023

Moduł 3 – szkolenie 11.07.2023 „Rozwój talentów w zespole”

sesja mentoringowa – 25.07. 2023

Moduł 4 – szkolenie 03.08.2023 „Lider turystyki jako coach”

sesja mentoringowa – 29.08. 2023

Moduł 5 – szkolenie 07.09.2023 „Angażujące stawianie i egzekwowanie celów”

sesja mentoringowa – 26.09. 2023

Moduł 6 – szkolenie 03.10.2023 „Odważne rozmowy z pracownikami”

sesja mentoringowa – 17.10. 2023.

Szkolenia zrealizowane zostały przez jedną z najbardziej cenionych firm szkoleniowych w Polsce, specjalizujących się w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi - T&D Institute

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

Elżbieta Krokosz (Talent Development Institute). Dzięki temu uczestnicy mogli pozyskać unikatową, ekspercką wiedzę o najlepszych modelach zarządzania zasobami ludzkimi. W I etapie szkoleń wzięło udział 16 przedstawicieli najwyższej kadry zarządzającej wszystkich ROT-ów, po 1 osobie z każdego regionu - dyrektorzy, prezesi, członkowie zarządu, ścisłe kierownictwo organizacji. Zorganizowano 6 modułów szkoleniowych i 6 sesji mentoringowych, które odbyły się online.

W modułach szkoleniowych i sesjach mentoringowych uczestnicy brali udział „na żywo”, a jeśli udział w danym terminie nie był losowo możliwy to uczestnik miał możliwość odtworzenia przekazywanych treści w innym, dogodnym terminie. Zgodnie bowiem z założeniami uczestnicy otrzymali dostęp do strony, na której znajdowały się materiały ze spotkań, tj. nagrane całe szkolenia i sesje konsultacyjne. Dzięki temu uczestnicy projektu mogli także przestuchać całe szkolenia, bądź ich fragmenty.

W ramach I części wydano 16 certyfikatów.

Część II to program rozwojowy pn. „Zarządzanie talentami i potencjałem ludzi”, przeznaczony był z założenia dla szerszego grona ok 100 osób – menedżerów lokalnych, członków i pracowników regionalnych i lokalnych organizacjach turystycznych. Przeprowadzono 2 serie po 3 warsztaty tematyczne dla kadry menedżerskiej turystyki, prowadzonych w formie on-line w formie 4 godzinnych modułów, połączonej z formą ćwiczeniową. Warsztaty w niewielkiej grupie (50 osób) bazowały na pracy pomiędzy uczestnikami i zapewniały większą otwartość na kontakt z trenerem i zadawanie pytań. Na II część szkolenia zapisało się 125 osób, z czego certyfikat uzyskało 101 uczestników.

Program koncentrował się na następujących zagadnieniach:

- a) Trendy w skutecznym zarządzaniu ludźmi w kontekście zachodzących zmian na rynku pracy, obecną sytuację biznesową opisywaną jako świat VUCA (skrót VUCA pochodzi od słów Volatile - czyli Zmienny, Uncertain - czyli Niepewny, Complex - Skomplikowany, Ambiguity - Niejednoznaczność), biorąc jako studium przypadku szczególnie skomplikowaną sytuację na rynku turystycznym;
- b) Kluczowe umiejętności potrzebne kadrze menedżerskiej do zarządzania ludźmi; wyodrębnienie oraz specyfikacja umiejętności zostanie dokonana w oparciu o wyniki badań przeprowadzonych przez Talent Development Institute – kim lider turystyki ma się stać, aby skutecznie radzić sobie w obecnej sytuacji?;
- c) Zarządzanie talentami i potencjałem ludzi – jak identyfikować potencjał w naszym zespole i skutecznie go wykorzystywać dla osiągnięcia celów biznesu turystycznego;
- d) Jak budować prawdziwe zaangażowanie ludzi pracujących w instytucjach/usługach turystycznych opierając się na ich talentach i potrzebach motywacyjnych (szczególnie istotny moduł w przypadku zarządzania ludźmi z pokolenia Millenials);
- e) Jak jako lider budować odporność psychiczną naszych ludzi do radzenia sobie z obecnymi wyzwaniami rynku turystycznego.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

Cześć II projektu odbyła się w ostatnim kwartale roku 2023 r, według poniższego harmonogramu.

Harmonogram i tematyka zajęć:

Warsztat 1 – Najważniejsze trendy w skutecznym zarządzaniu ludźmi i kim musimy się stać, jako liderzy, aby skutecznie osiągać cele w obecnym świecie VUCA

grupa 1 – 25 października 2023

grupa 2 – 27 października 2023

Warsztat 2 – Zarządzanie potencjałem i talentami ludzi, aby budować prawdziwe zaangażowanie ludzi do wspólnego osiągnięcia celów

grupa 1 – 9 listopada 2023

grupa 2 – 23 listopada 2023

Warsztat 3 – Jak, jako lider, mogę budować odporność psychiczną moich pracowników i wpływać na ich dobrostan psychiczny, który pozwoli na skuteczne osiągnięcie celów?

grupa 1 – 30 listopada 2023

grupa 2 – 1 grudnia 2023

Efekty projektu rozpowszechniono poprzez wydanie publikacji - Mini Poradnik - „Jak skutecznie zarządzać ludźmi wykorzystując ich talenty i potencjał?”. Publikację wydano w formie PDF, którą opublikowano na stronie Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych - www.forumrot.pl. Mini Poradnik liczy 62 strony. Uczestnikom I i II cyklu łącznie wydano 117 certyfikatów.

3.4. Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT

W 20 jubileuszową edycję konkursu Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej wzorem lat ubiegłych Małopolska Organizacja Turystyczna pełniła rolę strategicznego partnera. Odpowiedzialna była za właściwą organizację i poziom merytoryczny zgłoszeń do regionalnego etapu konkursu w województwie małopolskim, który z zasady poprzedza etap ogólnopolski. Małopolski etap regionalny konkursu rozpoczął się 30 czerwca i trwał do 8 września 2023 roku. W tym czasie Małopolska Organizacja Turystyczna przyjmowała zgłoszenia na produkty turystyczne o charakterze: a) wydarzenie cykliczne, b) pakiet usług turystycznych / impreza turystyczna, c) obiekt, d) szlak, e) miejsce.

W zeszłorocznym konkursie można było zgłaszać produkty turystyczne w 4 kategoriach certyfikatów.

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

Zgłoszenia przyjmowano w formie elektroniczne przy wykorzystaniu aplikacja konkursowej znajdującej się na stronie <https://konkurs.pot.gov.pl/konkurs>.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

Do 8 września 2023 roku, terminu zakończenia etapu regionalnego konkursu, przestano 16 poprawnie wypełnionych i kompletnych zgłoszeń, z czego 8 do Certyfikatu POT, 7 do Certyfikatu Turystyczne Odkrycie Roku oraz 1 w kategorii Złoty Certyfikat. Do etapu ogólnopolskiego konkursu Regionalna Komisja Konkursowa składająca się z 15 przedstawicieli Zarządu Małopolskiej Organizacji Turystycznej rekomendowała - zgodnie z założeniem konkursu - 3 podmioty: Skansen Przemysłu Naftowego Magdalena w Gorlicach (zgłoszony przez Urząd Miejski w Gorlicach), Leśne Molo w Starym Sączu (zgłoszone przez Urząd Gminy w Starym Sączu) oraz Pracownię i Muzeum Witrażu w Krakowie (zgłoszoną przez Fundację Muzeum Witrażu), spośród których do Certyfikatu Internautów zgłoszono: Skansen Przemysłu Naftowego Magdalena w Gorlicach. Losy tej kandydatury miały rozstrzygnąć głosy Internautów podczas konkursu internetowego w dniach na Narodowym Portalu Turystycznym polska.travel. W kategorii Turystyczne Odkrycie Roku 2023 Komisja rekomendowała Twierdzą Kraków zgłoszoną przez Urząd Miasta Krakowa, podczas gdy w kategorii Złoty Certyfikat POT rekomendowano Kopalnię Soli Wieliczka.

Po zakończeniu regionalnego etapu konkursu do pracy przystąpili Członkowie Kapituły Ogólnopolskiej, którzy ocenili wnioski w dniach 26.09 – 23.10.2023 r, a plenarne posiedzenie Kapituły zaplanowano pod koniec października w siedzibie POT. Etap ogólnopolski konkursu zakończył się po koniec października 2023 roku. Zgodnie z Regulaminem, do ogólnopolskiego etapu konkursu Regionalne Organizacje Turystyczne zgłosiły łącznie 42 produkty turystyczne w kategorii Certyfikat POT, 10 produktów w kategorii Złotego Certyfikatu i 14 do kategorii Turystyczne Odkrycie Roku. Łącznie odnotowano 66 zgłoszeń do etapu ogólnopolskiego. Spośród nich Kapituła konkursu przyznała 10 Certyfikatów POT, 1 Certyfikat Internauty, 1 Certyfikat Turystyczne Odkrycie Roku, Złoty Certyfikat oraz 3 wyróżnienia. Niestety wśród nagrodzonych produktów turystycznych nie znalazł się żaden z małopolskim rodowodem.

Ogłoszenie wyników odbyło się podczas ceremonii wręczenia Certyfikatów POT w Warszawie w Forcie Legionów w dniu 28 listopada 2023 roku. Zgodnie z ideą konkursu produkty turystyczne wyróżnione Certyfikatem POT 2023 zostaną włączone w wybrane działania promocyjne POT na rynku krajowym i rynkach objętych działaniami Zagranicznych Ośrodków Polskiej Organizacji Turystycznej do końca bieżącego roku kalendarzowego. Nagrodą główną w kategorii „Złoty Certyfikat” jest kampania promocyjna w 2024 roku o wartości nie mniejszej niż 200 tys. zł. Gala wręczenia Certyfikatów POT zakończyła zeszłoroczną jubileuszową XX już edycję konkursu POT. Lista nagrodzonych produktów turystycznych w konkursie znaleźć można na stronie: <https://www.polska.travel/najlepsze-produkty-turystyczne-certyfikaty-pot/>.

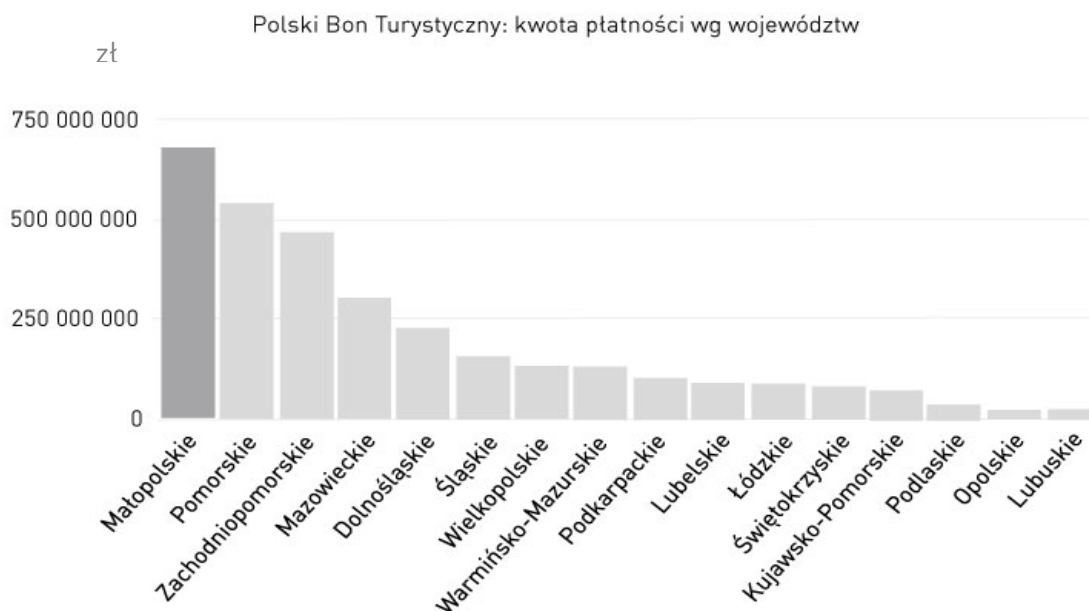
3.5. Polski Bon Turystyczny

Program „Polski Bon Turystyczny” wystartował 1 sierpnia 2020 r. w celu wsparcia branży turystycznej, która znalazła się w trudnej sytuacji na skutek kryzysu wywołanego pandemią COVID-19 oraz w celu pomocy rodzinom z dziećmi. Od początku cieszył się dużym

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

zainteresowaniem. Ze względu na pozostającą wciąż do wykorzystania liczbę bonów i w celu dalszego wzmocnienia ekonomicznego krajowej branży turystycznej, szczególnie sektora małych i średnich przedsiębiorstw, program został przedłużony do końca września 2022 roku, a następnie podjęto decyzję o wydtużeniu ważności programu do końca marca 2023 roku. **Największy ruch turystyczny oraz największą liczbę płatności i kwotę płatności Polskim Bonem Turystycznym odnotowało województwo małopolskie.** Na dzień 31 marca 2023 roku w systemie do obsługi Polskiego Bonu Turystycznego widniało ponad 28 tys. aktywnych podmiotów turystycznych. W Małopolsce można było płacić bonem turystycznym u 5,6 tys. podmiotów. Z danych ZUS wynika, że **od początku działania programu największą liczbę płatności bonem zanotowano w województwie małopolskim (prawie 1,3 mln).**

Województwo Małopolskie uplasowało się również na pierwszym miejscu jeśli chodzi o kwotę płatności bonami. **Do podmiotów turystycznych z naszego regionu wpłynęło 675 milionów złotych.**



Najwięcej środków z bonu turystycznego trafiło do powiatów tatrzańskiego (ponad 270 mln zł), oświęcimskiego (157 mln zł) i nowotarskiego (80 mln zł.). W Krakowie dokonano transakcji na łączną kwotę 70 mln zł. Największym beneficjentem programu w Polsce został Park Rozrywki Energylandia w Zatorze. Z tego tytułu wpłynęło tam aż 128 mln zł.

Przez cały okres obowiązywania Polskiego Bonu Turystycznego, czyli od 1 sierpnia 2020 r. do 31 marca 2023 r., zostało zrealizowanych ponad 5,5 mln transakcji na łączną kwotę prawie 3,2 mld zł. Do płatności wykorzystanych zostało 3 757 490 bonów, czyli 95% aktywnych bonów. Ponad połowa płatności bonem (56,7%) została przeznaczona na usługi hotelarskie.

Największe zainteresowanie Polskim Bonem Turystycznym odnotowano od lipca do sierpnia 2021 r. (zrealizowano wtedy ponad 30 proc. wszystkich transakcji). Kolejny duży skok

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

zarówno w liczbie transakcji, jak i kwocie płatności odnotowano w okresie wakacyjnym 2022 roku oraz w marcu 2023 roku, czyli w ostatnim miesiącu obowiązywania programu.

3.6. Mobilne Centrum Edukacji Turystyczna Szkoła

W roku 2023 przewidziano działania promocyjne we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną w ramach porozumienia „Mobilne Centrum Edukacji Turystyczna Szkoła”. W Zespole Szkół Ponadpodstawowych im. Jana Pawła II w Krynicy Zdroju, 20 marca 2023 roku, trwały zajęcia dla uczniów szkół, w których udział wzięła dwójka pracowników Małopolskiej Organizacji Turystycznej z udziałem Małopolskiego Campera. Podczas aktywnej promocji Małopolski oraz Krakowa, równolegle odbywała się promocja Polskiego Bonu Turystycznego. Podczas inicjatyw gośćmi specjalnymi były osoby piastujące najwyższe stanowiska w Ministerstwie Sportu i Turystyki.

3.7. Pozostała współpraca z POT i MSiT

Małopolska Organizacja Turystyczna regularnie współpracuje z Polską Organizacją Turystyczną. Współuczestniczy podczas organizacji podróży studyjnych dla touroperatorów oraz podróży prasowych dla dziennikarzy i influencerów z rynków zagranicznych, a także w ramach organizacji Polskich Stoisk Narodowych na zagranicznych targach turystycznych organizowanych przez POT.

Na bieżąco prowadzona jest wymiana informacji z zakresu atrakcji i produktów turystycznych, konkursów i projektów promocyjnych organizowanych przez POT m.in. „Polskich Marek Turystycznych”, Turystycznych Mistrzostw Vlogerów, Turystycznej Szkoły – Mobilnego Centrum Edukacji czy promocji Certyfikatu Dobrych Praktyk POT. Kontynuowana była współpraca w zakresie promocji Polski, w roku 2023 w szczególności jako kraju – gospodarza Igrzysk Europejskich 2023.

Małopolska Organizacja Turystyczna realizuje także wspólne działania wraz Ministerstwem Sportu i Turystyki. W czerwcu dzięki współpracy MOT, MSiT oraz POT zorganizowane zostało w Mszanie Dolnej Wspólne Posiedzenie Rady Ekspertów ds. turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz Rady Polskiej Organizacji Turystycznej poprzedzone konferencją poświęconą prezentacji regionów Małopolski. Motywem przewodnim wspólnego posiedzenia na czele z wiceministrem sportu i turystyki Andrzejem Gutem-Mostowym było wsparcie rozwoju turystyki społecznej przez administrację rządową.

We współpracy z Zagranicznym Ośrodkiem Polskiej Organizacji Turystycznej w Amsterdamie powstało wydawnictwo promujące atrakcje turystyczne Małopolski w języku niderlandzkim. Wydawnictwo będzie wykorzystywane do celów promocyjnych na rynku niderlandzkim, w tym podczas targów turystycznych.

W roku 2023 Małopolska Organizacja Turystyczna zrealizowała zadanie dofinansowane z Ministerstwa Sportu i Turystyki w ramach otwartego konkursu ofert na wsparcie w 2023 roku

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

realizacji zadań publicznych z zakresu turystyki pn. „Przygotowanie audio przewodników jako nowoczesnej formy prezentacji atrakcji turystycznych Województwa Małopolskiego”.

Celem zadania było stworzenie nowoczesnej formy prezentacji regionu poprzez przygotowanie audio przewodników w języku polskim z wybranych atrakcji turystycznych Województwa Małopolskiego. W ramach dofinansowania projektu Małopolska Organizacja Turystyczna przygotowała 10 audio przewodników w tym:

- Kraków Stare Miasto (1 godzina nagrania),
- Kraków Stare Miasto – wycieczka rodzinna (1 godzina nagrania),
- Dzielnica Kazimierz Kraków (1 godzina nagrania),
- Dzielnica Kazimierz Kraków - wycieczka rodzinna (1 godzina nagrania),
- Nowy Sącz (30 minut nagrania),
- Tarnów Stare Miasto (30 minut nagrania),
- Tarnów Stare Miasto – wycieczka rodzinna (1 godzina nagrania),
- Krynica-Zdrój (30 minut nagrania),
- Zakopane (30 minut nagrania),
- Muszyna (30 minut nagrania).

Każde nagranie zostało przygotowane również w formie audiodeskrypcji. Przygotowane audio przewodniki zostaną umieszczone na portalu visitmalopolska.pl oraz w aplikacji VisitMałopolska i będzie można z nich korzystać bezpłatnie. Taka forma prezentacji atrakcji turystycznej pozwoli w łatwy i szybki sposób zwiedzać Małopolskę a zważywszy na wciąż rosnące potrzeby klientów w zakresie turystyki taka forma ułatwi i uatrakcyjni zwiedzanie regionu. Trasy nagrania przebiegają po najatrakcyjniejszych miejscach, a wsparcie audio przewodnika, który oprócz przekazania informacji praktycznych co do poszczególnych punktów, opowie o tych miejscach ciekawostki których nie znajdziemy w tradycyjnych przewodnikach.

4. Oznakowanie turystyczne regionu

W ramach zarządzania oznakowaniem turystycznym regionu w dniach 12 kwietnia 2023-30 czerwca 2023 roku 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: 84 255,00 zł brutto. Celem inwentaryzacji było oklejenie, ocena techniczna i mycie znaków drogowych i tablic informacyjnych wg zestawienia:

- a) 89 tablic informacyjnych o największych atrakcjach turystycznych Województwa Małopolskiego,
- b) 504 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,

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

- c) 20 tablic informacyjno-promocyjnych zlokalizowanych przy drogach wjazdowych do Małopolski, tzw. „witaczy”,
- d) 231 tablic samochodowego szlaku turystycznego „Szlak frontu wschodniego I wojny światowej” (przekazane na rzecz MOT przez UMWM od bieżącego 2023 roku).

Łączna ilość znaków poddana ocenie to 844. W ramach zadania wykonano dokumentację fotograficzną zawierającą 2101 zdjęć. Z 844 tablic informacyjnych/znaków drogowych poddanych inwentaryzacji zlokalizowano, poddano ocenie technicznej i umyło 790. Stwierdzono brak 19 znaków drogowych i tablic informacyjnych (4), 1 witacza, 4 znaków Szlaku Cysterskiego, 30 znaków Szlaku frontu wschodniego I wojny światowej. Łącznie brak 54 znaków.

Z przeprowadzonej inwentaryzacji wynika, iż większość znaków drogowych jest w poprawnym stanie technicznym. Ze względu na ograniczony budżet, spośród 169 znaków (brakujące + do naprawy), 41 zakwalifikowano do wymiany lub naprawy. Na podstawie zawartej Umowy nr 1/NOD/MSIT/2023 z dnia 10 sierpnia 2023 roku do końca września 2023 roku, tj. 27 września 2023 roku przeprowadzono odtworzenie brakujących 34 znaków, po wcześniejszych konsultacjach z zarządcami dróg oraz włodarzami terenów i wykonawców prac budowlanych, należących do dotychczasowych lokalizacji posadowienia brakującego oznakowania turystycznego drogowego pionowego. Postanowiono zmienić zakres prac ze względu na konsultacje przeprowadzone z Urzędem Miasta oraz Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego w ramach restrukturyzacji oznakowania w granicach Miasta Kraków. Na podstawie Zarządzenia Prezydenta Miasta Krakowa w sprawie oznakowania obiektów i obszarów SIM tablicami informacji kierunkowej dla ruchu kołowego Systemu Informacji Miejskiej dla Krakowa Urząd Miasta usunął oraz zutilizował oznakowanie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, nie przewidując ponownego odtwarzania oraz uzupełniania brakujących znaków turystycznych na rzecz oznakowania wchodzącego w skład Systemu Informacji Miejskiej. Aktualnie sprawa prowadzona jest przez odpowiednie organy Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego.

Małopolska Organizacja Turystyczna w 2023 roku pozytywnie rozpatrzyła opinię dla znaków drogowych turystycznych: Miasto Kęty (Średniowieczny Rynek, Muzeum w Kętach, Zabytkowe kościoły i klasztory), Muzeum w Kętach oraz Jaskinia Wierchowska.

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

Małopolska Organizacja Turystyczna od kilku lat intensywnie i z wielkim powodzeniem promuje region w Polsce i za granicą za pomocą balonu Małopolska.

Rok 2023 rozpoczął się udziałem balonu w Qatar Balloon Festival, który odbywał się nad Zatoką Perską. Podczas 10-dniowego festiwalu prezentowało się kilkadziesiąt balonów z całego świata.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

Na przelocie marca i kwietnia balon Małopolska można było zaobserwować wśród 30 kolorowych balonów latających pomiędzy Tatrami, Gorcami i Pieninami. Wtedy to Małopolska Organizacja Turystyczna we współpracy z Województwem Małopolskim, Miastem Nowy Targ, Aeroklubem Nowy Targ oraz Kraków Balloon Team zaprosiła na 2. Małopolski Festiwal Balonowy – „Odlotowa Małopolska”. Bazą dla wydarzenia było aeroklubowe lotnisko w Nowym Targu. Nowością na małopolskim niebie był również balon promujący Igrzyska Europejskie Kraków – Małopolska 2023. Odlotowe załogi stanęły do walki m.in. o Puchar Marszałka Województwa Małopolskiego Balonów na Ogrzane Powietrze, Puchar Prezesa Małopolskiej Organizacji Turystycznej oraz Puchar Burmistrza Miasta Nowy Targ.

Małopolski balon prezentował się także m.in. podczas międzynarodowego zlotu sympatyków turystyki carawaningowej Europa Rally oraz na IV Warszawskiej Fieście Balonowej.

Wydarzenia w roku 2023 z udziałem balonu Małopolska:

Data	Miejsce	Wydarzenie
01.01.2023	Kraków	Lot noworoczny
19-28.01.2023	Qatar	Qatar Balloon Festival
31.03-02.04.2023	Nowy Targ/Białka Tatrzańska	II Festiwal Balonowy "Odlotowa Małopolska"
08.04.2023	Giebułtów	Odlotowe Święcenie Pokarmów
29.04.2023	Mogielica	Otwarcie sezonu turystycznego w Małopolsce
02.05.2023	Wola Więctawska	Dzień Flagi
03.05.2023	Wola Więctawska	Święto Konstytucji
06.05.2023	Sromowce Niżne	Wejścia pogodowe „Pytanie na Śniadanie” TVP pod Trzema Koronami
20.05.2023	Trzebinia	Małopolska MTB Tour
26-27.05.2023	Kraków	Europa Rally
02-04.06.2023	Przyszowa	Dzień Dziecka
16-18.06.2023	Warszawa	IV Warszawska Fiesta Balonowa
17.06.2023	Stary Sącz	piknik
25.06.2023	Czernichów	Piknik Czernichowski
30.06.2023	Krynica Zdrój	Europejski Festiwal Biegowy
8-9.07.2023	Nowy Targ	Nowotarski Piknik Lotniczy
21.08.2023	Podzamcze	II Baloniada na Zamku Ogrodzieniec

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

27.08.2023	Kraków	Odlotowa Arena
04.09.2023	Nowy Wiśnicz	Nagrania do programu Polska na Weekend na zamku w Wiśniczu
09.09.2023	Gaj	Złot Turystyczny Szlakiem Gen. Józefa Bema
12-13.09.2023	Łabowa	Światowy Dzień Pierwszej Pomocy
29.09.2023	Zakopane, Jezioro Klimkowskie	Nagrania do programu telewizyjnego Sanatorium Mitości
17-20.10.2023	Nowy Sącz	IX Kongres Kultury Regionów „Tchnienie”

6. Działania promocyjne realizowane z udziałem Campera Małopolskiego

W 2023 Camper Małopolski nadal realizował założenia statutowe Małopolskiej Organizacji Turystycznej. Za pomocą mobilnego centrum promocja regionu prowadzona była m.in. na wybranych imprezach targowych, koncertach oraz innych wydarzeniach, które organizował lub uczestniczył w nich MOT.

Data	Miejsce	Wydarzenie
02-04.05.2023	Zurych	Targo FESPO
07.02.2023	Salzburg	Ambient
24-26.02.2023	Herning	Danish Travel Show w Herning
18.03.2023	Wieliczka	Małopolski Festiwal Podróżniczy
20.03.2023	Krynica Zdrój	Turystyczna Szkoła POT
29.04.2023	Mogielica	Inauguracja Sezonu Turystycznego w Małopolsce
07.05.2023	Bruksela	Dzień Polski
08-19.05.2023	Dania, Szwecja, Norwegia	Camperowa trasa skandynawska
25-29.05.2023	Kraków	Europa Rally 2023
07.06.2023	Zielona Góra	Inauguracja Połączenia Lotniczego Kraków – Zielona Góra
17.06.2023	Praga	Dzień Polski w Pradze
22-24.06.2023	Gdynia	Kamper w Gdyni - promocja kampanii Daj się Ugościć
21.06.2023	Kraków	Ceremonia Otwarcia Igrzysk Europejskich
29.06.2023	Kraków	Miss Supranational

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

02.07.2023	Kraków	Ceremonia Zamknięcia Igrzysk Europejskich
06.07.2023	Szczawnica	Misterzy z Flisakami
20.07.2023	Ciężkowice	Otwarcie Ścieżki w Koronach Drzew w Ciężkowicach
21.07.2023	Siary	Otwarcie Kompleksu Parkowego połączone z Festiwalem Wina
20.08.2023	Olkusz	Małopolska Tour
27.08.2023	Kraków	Piknik Tauron Arena
03.09.2023	Wadowice	Małopolska Tour
08.09.2023	Kasina SKI	Kamper w Kasinie – Moped Retro
26-28.09.2023	Zakopane	II Europejskim Kongresie Sportu i Turystyki
14.10.2023	Szczawnica	Redyk
11-17.12.2023	Różne lokalizacje	Choinki pod choinkę od RMF FM i Małopolski

7. 60. Europa Rally

Aktywnie pomagaliśmy w przygotowaniach, organizacji oraz promocji 60. Zlotu Caravaningowego Europa Rally, który w maju 2023 roku odbył się w Krakowie na zielonych terenach Muzeum Lotnictwa Polskiego. Począwszy od przygotowania ulotki promującej imprezę, która z języka polskiego została przetłumaczona na 7 języków: włoski, angielski, czeski, węgierski, niemiecki, francuski i słowacki. Ulotki te towarzyszyły wielu tegorocznym wydarzeniom branżowym za granicą, na które wyruszyliśmy wraz z Camperem MOT, między innymi w trakcie targów Ferie For Alle w Herning, Vakantiebeurs 2023 w Utrechcie, MATKA Nordic Travel Fair 2023 w Helsinkach, Festiwalu Rowerowego w Wiedniu, czy Roadshow w Czechach i Słowacji. W związku z naszą wizytą w Danii informacja o Europa Rally w Małopolsce trafiła do artykułu w duńskim portalu Polennu. Informację o zlocie umieściliśmy także na mapie campingowej, która była dystrybuowana w trakcie imprez z naszym udziałem.

Współpracowaliśmy wraz z Polskim Związkiem Motorowerowym przy tworzeniu strony internetowej wydarzenia. Przekazaliśmy dla uczestników zlotu materiały promujące Małopolskę, małopolskie korale oraz gadżety. W trakcie wydarzenia Camper Małopolskiej Organizacji Turystycznej wraz z namiotem reklamowym kampanii „Daj się ugościć” stanowił biuro i recepcję zlotu. W piątkowe popołudnie, po oficjalnej paradzie narodów, w ramach atrakcji dla uczestników na terenie Muzeum Lotnictwa stanął balon Małopolski. Sobotni dzień zlotu był także dniem nagrań do „Pytania na Śniadanie” w postaci wejść pogodowych na żywo.

Linki do wejść pogodowych ze zlotu Europa Rally:

<https://pytanienasniadanie.tvp.pl/70139238/zlot-kamperow-w-krakowie-cz1>

<https://pytanienasniadanie.tvp.pl/70139510/zlot-kamperow-w-krakowie-cz2>

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MOT ZA 2023

<https://pytanienasniadanie.tvp.pl/70139615/zlot-kamperow-w-krakowie-cz3>

<https://pytanienasniadanie.tvp.pl/70139977/zlot-kamperow-w-krakowie-cz4>

<https://pytanienasniadanie.tvp.pl/70140051/zlot-kamperow-w-krakowie-cz5>

O całym wydarzeniu komunikowaliśmy za pośrednictwem naszych kanałów w social media oraz rozsyłając notkę prasową do naszych krakowskich partnerów medialnych (Life in Kraków, Lubię Kraków i KRKnews).

W zlocie wzięło udział 246 załóg, 517 osób z 20 krajów (Węgier, Słowacji, Niemiec, Finlandii, Luksemburga, Wielkiej Brytanii, Szwajcarii, Litwy, Chorwacji, Polski, Ukrainy, Holandii, Belgii, Czech, Słowenii, Estonii, Włoch, Serbii, San Marino i Szwecji).