

„Polskie Marki Turystyczne” - II edycja projektu

Czym jest projekt „Polskie Marki Turystyczne”

Marka turystyczna, czyli atrakcyjne - kulturowo, geograficznie i przyrodniczo - miejsce, powinna być łatwo identyfikowalna przez potencjalnych turystów i wyróżniać się swoją ofertą, reprezentując wysoki poziom jakości oraz skutecznie wspomagając ruch turystyczny na danym obszarze. W proces tworzenia marki turystycznej powinni być zaangażowani przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego, organizacji turystycznych oraz branży turystycznej.

Celem projektu „Polskie Marki Turystyczne” jest stymulowanie współpracy w zakresie rozwoju turystyki na poziomie lokalnym, czego efektem byłoby ukonstytuowanie tzw. regionów turystycznych – jednostek kompleksowo zarządzających rozwojem i promocją turystyki na wyznaczonym obszarze. To przykład rozwiązania, który wpisuje się również w zasady zrównoważonego rozwoju turystyki.

Zarządcy markowych regionów turystycznych są naturalnymi partnerami w relacjach z MRPiT, POT oraz Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi w prowadzeniu wspólnych działań promocyjnych na poziomie regionalnym, krajowym i międzynarodowym.

Natomiast tytuł „Polska Marka Turystyczna” ma się docelowo stać prestiżowym certyfikatem oznaczającym jakość, atrakcyjność i unikalność oferowane przez dany obszar. Będzie to narzędzie osiągania przewagi konkurencyjnej i kształtowania ruchu turystycznego, ponieważ na znaczeniu będzie zyskiwać jakość, a nie tylko skala ruchu turystycznego.

Kto może się zgłaszać

O tytuł „Polska Marka Turystyczna” mogą ubiegać się: organizacje, samorządy terytorialne i gospodarcze, instytucje, spółki, fundacje, stowarzyszenia, przedsiębiorcy prywatni, organizatorzy turystyki oraz inne jednostki, których jednym z celów lub zadań statutowych jest promocja turystyki.

Zgłoszenia do II edycji projektu Polskie Marki Turystyczne należy dokonać przy użyciu formularza zgłoszeniowego, który będzie opublikowany na stronie internetowej polskiemarkitourystyczne.gov.pl.

Uruchomienie naboru wniosków planuje się na pierwszy tydzień sierpnia br.

Korzyści dla laureatów projektu „Polskie Marki Turystyczne”:

- MRPiT oferuje im wsparcie o charakterze ekspercko-doradczym;
- Udział w szkoleniach z zakresu zarządzania, promocji, aspektów prawnych, RODO;
- Prezentacja w broszurze informacyjnej o laureatach projektu;
- Możliwość korzystania z systemu identyfikacji wizualnej projektu;
- Udział w działaniach promocyjnych realizowanych przez Polską Organizację Turystyczną m.in.. prezentacje w ramach podróży dla mediów, w tym bloggerów, publikacje w mediach POT, udział w kampaniach promocyjnych na rynku krajowym (w 2020 r. „Odpoczywaj w Polsce”);
- włączenie PMT do kampanii „Turystyczna Szkoła” (projekt jest skierowany do nauczycieli oraz uczniów szkół podstawowych i średnich. Podstawą projektu jest strona internetowa z bazą materiałów dydaktycznych dla nauczycieli oraz bazą scenariuszy wycieczek szkolnych).

Geneza projektu

Projekt „Polskie Marki Turystyczne” został uruchomiony w 2018 roku. Jego pierwszymi laureatami, uhonorowanymi tytułem Polskiej Marki Turystycznej, zostały: Beskidy, Śląsk Cieszyński, Lublin, Kraina Lessowych Wąwozów i Toruń.

Przyznano także 6 tytułów Polska Marka Turystyczna – kandydat, tym obszarom, które posiadają potencjał, aby w przyszłości stać się rozpoznawalną marką turystyczną. Należały do nich: Jura Krakowsko-Częstochowska, Mazury Zachodnie, Ziemia Świętego Krzyża, Zamość, Szlak wokół Tatr oraz Puszcza Białowieska.

Więcej informacji na stronie:

<https://www.gov.pl/web/rozwoj-praca-technologie/wiceministrowie-iwona-michalek-i-andrzej-gut-mostowy-oglosili-ii-edycje-projektu-polskie-marki-turystyczne>