



PLAN DZIAŁALNOŚCI

MAZOWIECKIEJ REGIONALNEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ

NA ROK 2021

Warszawa, czerwiec 2021 r.

WPROWADZENIE

Obecna kondycja polskiej gospodarki znacząco odbiega od założeń przyjmowanych zarówno przez instytucje w Polsce, jak i Komisję Europejską przed pandemią COVID-19. Kryzys gospodarczy będący następstwem pandemii stanowi nowe wyzwanie, które powoduje konieczność podjęcia działań zarówno krótko- jak i długookresowych niemal we wszystkich obszarach gospodarki. W szczególności korekta planów i działań dotyczy całego sektora turystycznego.

Plan działań MROT jest wynikiem doświadczeń z realizacji zadań podejmowanych samodzielnie jak i we współpracy z Samorządem Województwa Mazowieckiego, Polską Organizacją Turystyczną, jak i członkami stowarzyszenia z roku 2020 oraz pozostałych wyzwań stojących przed gospodarką.

Dokumenty kształtujące nową perspektywę finansową wskazują jasno, że mimo kryzysu wywołanego pandemią, należy podejmować wysiłki i działania na rzecz osiągnięcia neutralności klimatycznej i ograniczenia skali zagrażających trwałości ekosystemów przejawów aktywności gospodarczej. Te dwa kierunki:

- przeciwdziałanie skutkom kryzysu wywołanego pandemią,
- promowanie i wspieranie rozwoju turystyki zrównoważonej, która nabiera szczególnego znaczenia w dobie pandemii Covid-19

stanowią osie planu MROT na 2021 rok.

STAN PRAWNY Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej

Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna jest stowarzyszeniem o celach niezarobkowych, powołanym na podstawie ustawy z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach (Dz. U. z 2017 r. poz. 210.), które stanowi regionalną organizację turystyczną określoną w Art. 4. Ust 1 ustawy z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej.

Zgodnie ze Statutem, celem MROT jest:

- 1) Inspirowanie lokalnych organizacji społecznych, instytucji kultury, podmiotów gospodarczych branży turystycznej oraz jednostek samorządu terytorialnego na rzecz rozwoju i tworzenia lokalnych organizacji turystycznych.
- 2) Promowanie Województwa Mazowieckiego jako regionu atrakcyjnego turystycznie;
- 3) Promowanie walorów turystycznych Województwa Mazowieckiego.
- 4) Wspieranie rozwoju turystyki zgodnie ze strategią rozwoju Województwa Mazowieckiego;
- 5) Integracja środowisk turystycznych Województwa Mazowieckiego.
- 6) Inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie wieloletnich strategii rozwoju turystyki oraz planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej.
- 7) Koordynowanie działań w zakresie planowania i realizacji imprez turystycznych i innych produktów turystycznych.
- 8) Doskonalenie i szkolenie kadr dla potrzeb turystyki.

- 9) Inspirowanie i stwarzanie warunków na rzecz rozwoju i promocji produktowej realizowanej przez biura turystyki województwa mazowieckiego.
- 10) Stwarzanie warunków do powstawania i promowania produktów turystycznych w Województwie mazowieckim.
- 11) Propagowanie i podejmowanie działań na rzecz popularyzacji i ochrony środowiska przyrodniczego i kulturowego.
- 12) Podejmowanie innych działań sprzyjających rozwojowi turystyki.

MROT realizuje swoje działania poprzez:

- 1) Współpracę z organami administracji rządowej, w tym z POT, z lokalnymi organizacjami turystycznymi, z organami administracji samorządowej oraz przedsiębiorcami a także z organizacjami pozarządowymi działającymi w sektorze turystyki i innymi podmiotami;
- 2) Wsparcie informacji turystycznej w Województwie Mazowieckim i o Województwie Mazowieckim oraz punktów informacji turystycznej, gromadzenie i przetwarzanie danych o Województwie Mazowieckim;
- 3) Prowadzenie działalności edukacyjnej, szkoleniowej oraz wydawniczej;
- 4) Prowadzenie akcji promocyjnych w zakresie turystyki;
- 5) Prowadzenie badań w zakresie turystyki, gromadzenie danych i ich analiza;
- 6) Udział w imprezach promocyjnych i targach krajowych oraz zagranicznych;
- 7) Organizowanie wyjazdów studyjnych;
- 8) Organizowanie konkursów;
- 9) Współudział w opracowaniu strategii rozwoju turystyki i jej realizacji;
- 10) Inspirowanie powstawania w gminach i powiatach lokalnych organizacji turystycznych (LOT) i bieżącą współpracę z lokalnymi organizacjami turystycznymi;
- 11) Prowadzenie innych działań sprzyjających realizacji statutowych celów MROT.

Na dzień 31 grudnia 2020 roku MROT zrzesza **103** Członków: samorządów, instytucji kultury, organizacji i przedsiębiorstw z województwa mazowieckiego, w większości aktywnie biorących udział w pracach MROT i podejmowanych w ramach stowarzyszenia, inicjatywach.

Sytuacja związana z rozprzestrzenianiem się koronawirusa spowodowała konieczność dostosowania trybu pracy Biura MROT do warunków epidemii, a także dostosowania Planu pracy do potrzeb rynku oraz elastyczne reagowanie na dynamicznie zmieniającą się sytuację.

W związku z powyższym przedkładamy zaktualizowany i dostosowany do sytuacji wynikającej z pandemii Plan działalności na rok 2021, który został przedstawiony i przedyskutowany:

- w gronie zespołu pracowników MROT;
- na posiedzeniu Zarządu MROT w dniu 5 lutego 2021 roku;
- na posiedzeniu Zarządu MROT w dniu 17 czerwca 2021 roku (aktualizacja Planu).

Przyjęto zasadę, że do planu pracy zostaną wpisane także działania planowane do realizacji wspólnie z partnerami. W takich przypadkach zaangażowanie partnerów w realizację projektu i/lub pozyskanie dodatkowego finansowania zostało wskazane w projekcie Planu finansowego jako warunek rozpoczęcia realizacji takiego projektu.

Plan uwzględnia również działania realizowane w ramach środków pozyskanych ze źródeł zewnętrznych.

Plan działania MROT na 2021 rok jest zgodny ze Strategią rozwoju turystyki w województwie mazowieckim na lata 2015-2020 przyjętą do realizacji przez Sejmik Województwa Mazowieckiego, której ważność została przedłużona do roku 2022.

Cele Strategii, w których Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna ma szczególną rolę, ze względu na łączenie interesów samorządów, organizacji, instytucji i stowarzyszeń to:

- Ożywienie ruchu turystycznego wewnątrz województwa mazowieckiego, w tym w szczególności zwiększenie zainteresowania warszawiaków wyjazdami do innych podregionów województwa.
- Wzmacnianie współpracy pomiędzy Mazowszem a Warszawą, współdziałania samorządu województwa z samorządami szczebli lokalnych oraz współpracy w systemie organizacji turystycznych: POT, MROT i LOT-ów.
- Stopniowe reformowanie Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej w kierunku rozwiązania klastrowego, będącego trójsektorowym partnerstwem na rzecz rozwoju regionalnej turystyki.

ZASADY REALIZACJI PLANU

Zasady realizacji planu działalności na 2021 rok:

1. MROT stanowi platformę realizacji projektów dla swoich członków.
2. MROT realizuje swoje zadania statutowe.
3. Do realizacji projektów zostaną powołane zespoły projektowe oraz opracowane zostaną plany działań realizacji poszczególnych projektów. W realizacji projektów będą uczestniczyli zainteresowani członkowie MROT.
4. Projekty i działania mogą wymagać współpracy partnerów MROT.
5. Wszystkie działania podejmowane w MROT koncentrują się na priorytetach strategicznych nazwanych w dokumencie głównymi kierunkami działań.
6. Optymalizacja działań wynikająca ze zmienionej sytuacji gospodarki turystycznej Mazowsza spowodowanej pandemią COVID-19 i ich dostosowanie do potrzeb mazowieckiej branży turystycznej w sytuacji kryzysowej.

Ponadto Plan działalności MROT pozostaje w ścisłej korelacji z kluczowym dokumentem strategicznym m.st. Warszawy pt. „Polityka turystyczna m.st. Warszawy”.

Dla osiągnięcia synergii najważniejsze są następujące kierunki, w których ROT została wskazana jako jeden z realizatorów zewnętrznych:

- Turystyka szyta na miarę miasta;
- Turystyka produktowa;
- Turystyka metropolitalna.

W związku z kryzysem branży turystycznej wywołanym pandemią, działania MROT będą koncentrować się na następujących grupach odbiorców:

1. Turyści indywidualni, w tym w szczególności mieszkańcy Mazowsza i Warszawy;
2. Członkowie MROT;
3. Mazowieccy przedsiębiorcy działający w branży turystycznej.

WIZJA I MISJA MROT

Podstawą dla określenia działań MROT jest zawarta w *Strategii wizja mazowieckiej turystyki*¹, która brzmi następująco:

W latach 2015–2020 Mazowsze wykreuje i umocni swój wizerunek jako regionu otaczającego Warszawę: rozpoznawalność stolicy, żywego centrum wydarzeń, będzie uzupełniona rozpoznawalnością Mazowsza, zielonego otoczenia Warszawy, gdzie można przeżyć jeden dzień w innym rytmie. Mazowsze stanie się rozpoznawalnym zapleczem turystycznym stolicy: nieodległym i różnorodnym, a przez to atrakcyjnym. Mieszkańcy Mazowsza, w tym warszawiacy, zaktywizują się, zaczną zwiedzać swój region, zyskując przy tym szanse na poprawę swego zdrowia, kondycji i rozwój intelektualny, a dzięki temu poprawi się jakość ich życia. Poprzez aktywizację turystyczną mieszkańców stolicy nastąpi dystrybucja dochodów do mniej zamożnych obszarów Mazowsza, co umożliwi rozwój gospodarczy, zwiększy dynamikę i atrakcyjność życia, pozwoli na włączenie społeczne i ekonomiczne mieszkańców, którzy obecnie nie widzą takich możliwości, a także na czerpanie dochodów z walorów naturalnych i kulturowych poszczególnych obszarów Mazowsza. Nadanie wartości ekonomicznej tym walorom dodatkowo wzmocni w mieszkańcach regionu poczucie dumy, tożsamości kulturowej i pozwoli rozwinąć potencjał kreatywności i przedsiębiorczości.

Misja sformułowana w strategii jest zagrożona z powodu zapowiedzi przedstawicieli Rządu RP dotyczących podziału Województwa Mazowieckiego na dwa mniejsze województwa. W roku 2020 i w działaniach na rok 2021 zaplanowano w MROT działania związane z przeciwdziałaniem realizacji tego szkodliwego dla gospodarki regionu projektu.

Wizja MROT - Kim jesteśmy?

Jesteśmy organizacją pozarządową, której zadaniem jest promowanie walorów, atrakcji i produktów turystycznych Warszawy i Mazowsza. Jesteśmy ambasadorami turystycznego Mazowsza.

Dysponujemy pełną bazą wiedzy o ruchu turystycznym na Mazowszu oraz potencjale turystycznym Warszawy i Mazowsza.

Jesteśmy naturalną platformą realizacji wspólnych projektów naszych członków. W naszej organizacji spotykają się działania samorządów, przedsiębiorców, instytucji kultury i organizacji pozarządowych działających na rzecz rozwoju turystyki na Mazowszu.

Misja MROT - Po co funkcjonujemy?

Kreujemy modę na Mazowsze.

Docieramy z ofertą turystyczną Mazowsza do mieszkańców Stolicy, informując o możliwościach wypoczynku i rekreacji w pobliżu Warszawy.

¹ „Strategia Rozwoju Turystyki w województwie mazowieckim na lata 2015–2020”, strona 119

Poprzez rozwój turystyki wzmocniamy lokalną gospodarkę Mazowsza i przyczyniamy się do podniesienia jakości życia mieszkańców obszarów atrakcyjnych turystycznie. Swoimi działaniami edukacyjnymi i wiedzą wspieramy lokalne organizacje, samorządy i przedsiębiorców, którzy działają na rzecz rozwoju turystyki i wypromowania turystycznej atrakcyjności swojego otoczenia.

W skali ogólnopolskiej promujemy najbardziej wartościowe działania w obszarze kultury i turystyki podejmowane w Warszawie i na Mazowszu.

Działalność MROT opisana w planie działalności na rok 2021 powinna przyczynić się do osiągnięcia następujących celów długoterminowych:

- zwiększenia liczby turystów w Warszawie i na Mazowszu,
- przybliżenia Mazowsza mieszkańcom Warszawy,
- powrotu turystyki do sytuacji sprzed COVID-19 i wsparcia branży turystycznej w zakresie przezwyciężenia kryzysu

oraz celu odnoszącego się głównie do organizacji, który może być postrzegany również jako narzędzie osiągnięcia celów powyżej określonych jakim jest:

- WZMOCNIENIE MARKI MROT I WZMOCNIENIE WIZERUNKU ORGANIZACJI m.in. poprzez budowanie relacji z członkami, potencjalnymi członkami oraz innymi interesariuszami rynku turystycznego Mazowsza. W związku z sytuacją wywołaną przez COVID-19 chcemy być organizacją wspierającą mazowiecką turystykę i jej organizatorów w przezwyciężeniu kryzysu.

GŁÓWNE KIERUNKI DZIAŁAŃ W ROKU 2021

- KIERUNEK I Promowanie walorów turystycznych Mazowsza i docieranie z ofertą turystyczną do zdefiniowanych grup odbiorców.
- KIERUNEK II Utrzymanie i rozwój Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznej.
- KIERUNEK III Wspieranie rozwoju inicjatyw turystycznych Mazowsza.
- KIERUNEK IV Wzmocnienie roli MROT jako głównego podmiotu działań na rzecz rozwoju turystyki na Mazowszu, w tym prowadzenie badań w zakresie turystyki na Mazowszu.

KOTWICE MEDIALNE 2021

Kotwice medialne stanowią istotne wyznaczniki działalności MROT w 2021 r. To działania przyciągające uwagę mediów oraz stanowiące jednocześnie powód uruchomienia ruchu turystycznego na Mazowsze.

- 1) Mazowsze na dwóch kółkach – rozwijamy turystykę rowerową i motocyklową.
- 2) Turystyka zrównoważona.

KIERUNEK I

PROMOWANIE WALORÓW TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA I DOCIERANIE Z OFERTĄ TURYSTYCZNĄ DO ZDEFINIOWANYCH GRUP ODBIORCÓW.

Ten kierunek działalności MROT pozostaje w ścisłej korelacji z *Polityką turystyczną m.st. Warszawy* oraz wyszczególnionymi w niej kierunkami:

- Turystyka metropolitalna w szczególności w obszarach, które przekraczają zakresem przestrzennym granice administracyjne miasta: Warszawa, Warszawa kulinarna, Warszawa dla dzieci. Kooperacja wydaje się także nieodzowna w odniesieniu do rozwoju turystyki aktywnej oraz turystyki biznesowej. Takie atrakcje, jak Zalew Zegrzyński, Kampinoski Park Narodowy czy Dom Urodzenia Fryderyka Chopina i Park w Żelazowej Woli mogą znacząco wzbogacić przeżycie turysty, jeżeli będą dołączane do oferty Warszawy (np. w ramach turystyki aktywnej czy produktu Warszawa Chopina).
- Turystyka produktowa – większość flagowych produktów turystycznych niewątpliwie wykazuje powiązanie z produktami Mazowsza

ZADANIA NA ROK 2021 W PODZIALE NA OBSZARY:

OBSZAR 1 DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA

1. Opracowanie i publikacja magazynu „Moda na Mazowsze” (2 numery).
2. Aktualizacja przewodnika „Odpocznij na Mazowszu”.
3. Aktualizacja przewodników turystycznych i publikacja ich w formie e-booków.
4. Opracowanie i publikacja mini przewodnika rowerowego.

OBSZAR 2 ORGANIZACJA WYDARZEŃ PROMOCYJNYCH

Dzięki współpracy z Samorządem Województwa Mazowieckiego i innymi partnerami, członkowie MROT, mają możliwość bezpłatnego zaprezentowania swojej oferty podczas wydarzeń promocyjnych:

1. Akcja Czysta Wkra 2021
2. Ultra maraton Rowerowy Mazowiecki Gravel
3. Rajd motocyklowy „Nie jednym Śladem po Mazowszu”
4. Cykl pikników Serdeczne Mazowsze

Udział w targach turystycznych uzależniony jest od sytuacji epidemicznej w Polsce.

1. Globalnie Katowice – 19-21 marca
2. Free Time Festiwal Gdańsk – 10 -11 kwietnia
3. Międzynarodowe targi turystyki i czasu wolnego Wrocław – 7-9 maja
4. Regiony turystyczne Łódź – 21-23 maja
5. Tour Salon Poznań – 24-26 września

6. TT Warsaw – 25-27 listopada
7. World Travel Show w Nadarzynie

Podobnie jak od sytuacji pandemicznej zależą inne wydarzenia organizowanych w ramach działalności MROT.

OBSZAR 3 SOCIAL MEDIA MARKETING

1. Prowadzenie profili w mediach społecznościowych: Facebook/MROT, Moda na Mazowsze, Dzieje się na Mazowszu; Instagram/Moda na Mazowsze, YouTube/Moda na Mazowsze.tv. Systematyczne opracowywanie harmonogramów postów, opracowywanie i publikacja artykułów i zdjęć oraz współpraca z członkami MROT oraz partnerami:
 - a) Fanpage Dzieje się na Mazowszu - codzienne publikowanie postów obejmujących najważniejsze wydarzenia i inicjatywy w województwie mazowieckim
 - b) Fanpage Moda na Mazowsze: Facebook, Instagram, YouTube – opracowanie i publikowanie postów p[romujących ofertę turystyczną regionu.
 - c) Fanpage MROT – promowanie działalności MROT oraz najciekawszych wydarzeń branżowych.
- d) Działania polegające na płatnych promocjach atrakcji turystycznych i wydarzeń w mediach społecznościowych.

OBSZAR 4 KAMPANIE PROMOCYJNE

1. Współpraca z Samorządem Województwa Mazowieckiego w zakresie realizacji kampanii promocyjnej pod hasłem „Odpocznij na Mazowszu”.
2. Współpraca promocyjna z blogerami turystycznymi.
3. Współpraca z Polską Organizacją Turystyczną w zakresie realizacji marketingu i promocji regionu oraz jego produktów turystycznych.
4. Organizacja akcji promocyjnej akcja #KamperemPoMazowszu.²
5. Uczestnictwo w kampanii promocyjnej „Jak smakuje Polska” realizowanej przez Polską Organizację Turystyczną we współpracy z MROT.
6. Akcja promocyjna - Wakacyjny program radiowy Moda na Mazowsze w Radiu Kolor (10 audycji w terminie czerwiec, lipiec, sierpień 2021).

² Akcja #KamperemPoMazowszu realizowana będzie kilku płaszczyznach, z jednej strony pracownicy MORT z audytują obiekty caravaningowe i pola campingowe na Mazowszu przy gotując dokumentację zdjęciową i opisową, z drugiej realizowane będą działania promocyjne obiektów i atrakcji turystycznych. W wyniku akcji powstanie nowa zakładka na stronie internetowej modanamazowsze.pl, mapa pól kampingowych w regionie. W ramach akcji, w wybranych lokalizacjach, dystrybuowane będą również materiały promocyjne z ofertą turystyczną województwa mazowieckiego. Na potrzeby realizacji akcji promocyjnej zostanie wynajęty i obandowany kamper.

OBSZAR 5 RELACJE Z MEDIAMI I DZIAŁALNOŚĆ W ZAKRESIE PUBLIC RELATIONS.

1. Promocja w prasie regionalnej i magazynach turystycznych/branżowych (Echo, Wiadomości Turystyczne, inne).
2. Organizacja press tourów.
3. Współpraca z rozgłośniami radiowymi w zakresie promocji oferty turystycznej członków MROT.
4. Publikacja i wysyłka newsletterów.

OBSZAR 6 DZIAŁANIA MULTIMEDIALNE

1. Realizacja programów w ramach Moda na Mazowsze TV
 - a) Program „Dzieje się na Mazowszu” realizowany na kanale fb/dziejesięnamazowszu, to cykliczne spotkania i wywiady z organizatorami wydarzeń kulturalnych, artystami i sportowcami, skierowane do osób zainteresowanych ofertą kulturalną Warszawy i Mazowsza. Format skupiał się będzie na promocji najciekawszych wydarzeń odbywających się w regionie oraz w przestrzeni wirtualnej. Do prowadzenia programu udało się pozyskać dziennikarkę Katarzynę Borowiecką.
 - b) Program „Forum turystyczne” realizowany na kanale fb/mrot, to projekt mający na celu budowanie wizerunku MROT jako profesjonalnie zarządzanej organizacji, która stale monitoruje rynek turystyczny i poszukuje nowych rozwiązań w zakresie zarządzania turystyką. Naszym celem jest dostarczanie członkom naszej organizacji aktualnej wiedzy i nowych pomysłów w obszarze rozwoju produktów turystycznych, badań oraz marketingu. Do programu zapraszani będą eksperci z różnych branż. Prowadzeniem programu zajmie się zespół biura MROT oraz w miarę możliwości Zarząd Organizacji. Częstotliwość emisji: w zależności od potrzeb.
 - c) Program „Moda na Mazowsze” realizowany na kanale fb/modanamazowsze, to projekt mający na celu prezentację najciekawszych atrakcji turystycznych regionu. Format skierowany będzie do osób poszukujących ciekawych pomysłów na wycieczkę po regionie. Gośćmi programu będą gestorzy obiektów turystycznych, przewodnicy i podróżnicy. W ramach programu powstawały będą firmy promocyjne z obiektów turystycznych.
 - d) Konferencje i seminaria. Uruchomienie studia telewizyjnego umożliwiło będzie organizację i przeprowadzenie różnego rodzaju spotkań dla branży turystycznej oraz członków MROT. Technologia pozwoli na prowadzenie kilku godzinnych transmisji „na żywo”, rejestracji prelegentów oraz łączeń z ekspertami zewnętrznymi.

Zgodność ze Strategią:

- Cel strategiczny A.2. Systematyzacja współpracy turystycznej: Program A.2.3: System aktualizowania informacji o atrakcjach turystycznych Mazowsza (Cel programu: stworzenie i stałe prowadzenie systemu organizacyjnego zbierającego w sposób uporządkowany i regularny informacje o atrakcjach turystycznych (z gmin, powiatów, od organizacji pozarządowych, przedsiębiorców itp.), w szczególności kalendarium wydarzeń).
- Cel strategiczny A.1. Rdzeń systemu: ożywienie turystyki wewnątrzregionalnej: Program A.1.1: PLAY MAZOVIA! (Cel programu: stworzenie dodatkowej motywacji do turystycznego eksplorowania Mazowsza poprzez wciągnięcie jak największej liczby osób we współzawodnictwo w swoistej grze: rywalizację o punkty i nagrody, emocje związane z żywym uczestnictwem w społeczności graczy, a także osobisty udział w rozbudowywaniu gry i tworzeniu atrakcji dla innych graczy.)
- Cel strategiczny B.1. Zbudowanie podstaw wizerunku turystycznego Mazowsza: Program B.1.1: Stworzenie podstawowego opisu turystycznego Mazowsza (Cel programu: stworzenie podstawowego (kanonicznego) opisu Mazowsza, który będzie wzorcem i wyjściowym materiałem do rozbudowywania całości przekazu promocyjnego regionu).

KIERUNEK II

UTRZYMANIE I ROZWÓJ MAZOWIECKIEGO SYSTEMU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

ZADANIA NA ROK 2021 W PODZIALE NA OBSZARY:

OBSZAR I UTRZYMANIE I ROZWÓJ NARZĘDZI INTERNETOWYCH

1. Stała aktualizacja stron internetowych: www.mrot.pl, www.modanamazowsze.pl, Mazowsze.travel oraz www.dziedzictwomazowsza.pl:
 - a) przygotowanie do uruchomienia nowego oficjalnego serwisu turystycznego mazowsze.travel: wyłonienie wykonawcy w zakresie wdrożenia CMSa, analiza funkcjonalności serwisu, opracowanie treści, pozyskiwanie zdjęć.
 - b) opracowywanie i publikacja artykułów promujących ofertę turystyczną regionu,
 - c) rozbudowa i aktualizacja bazy zdjęciowej (zakup zdjęć, realizacji dedykowanych sesji, pozyskiwanie bezpłatnych licencji do zdjęć od partnerów),
 - d) wdrażanie nowych funkcjonalności w serwisie modanamazowsze.pl,
 - e) przygotowanie i uruchomienie anglojęzycznej wersji serwisu modanamazowsze.pl,
 - f) współpraca z portalem coigdzie.pl w ramach funkcjonowania kalendarium wydarzeń kulturalnych i sportowych „Dzieje się na Mazowszu” na stronie www.modanamazowsze.pl.

OBSZAR II WSPÓŁPRACA Z PUNKTAMI INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

1. Współpraca z centrami i punktami informacji turystycznej: organizacja szkoleń, przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych, dystrybucja informacji na temat zasad funkcjonowania centrów i punktów IT w dobie pandemii Covid-19.
2. Utrzymanie systemu ekspozytorów promocyjnych dla centrów informacji turystycznej. Stałe monitorowanie dostępności kart promocyjnych.
3. Certyfikacja punktów i centrów informacji turystycznej w zależności od wytycznych POT w związku z sytuacją pandemiczną.

OBSZAR III INFORMACJA TURYSTYCZNA W TERENIE

1. Działalność w zakresie utrzymania i rozwoju oznakowania obiektów i atrakcji turystycznych.
 - a. Opiniowanie projektów organizacji ruchu dla znaków turystycznych e22 zgodnie ze zgłaszanymi potrzebami.
 - b. Doradztwo w zakresie oznakowania dojazdu do atrakcji turystycznych.
 - c. Utrzymanie infrastruktury turystycznej znaków drogowych z grupy E-22 (szlaki samochodowe Szlak Księżąt Mazowieckich, Szlak Chopinowski, Szlak Bitwy Warszawskiej 1920).
 - d. Utrzymanie tablic informacyjnych przy obiektach turystycznych „Szlaków Turystycznych Dziedzictwa Kulturalnego Mazowsza”.

KIERUNEK III

Wspieranie rozwoju INICJATYW turystycznych Mazowsza.

ZADANIA NA ROK 2021:

1. Wspieranie rozwoju turystyki rowerowej.
2. Wspieranie rozwoju turystyki kajakowej.
3. Współpraca z branżą turystyczną, w tym w szczególności organizatorami turystyki w zakresie przygotowywania ofert skierowanych do konkretnych segmentów rynku (m.in. poprzez organizację wizyt studyjnych, warsztatów B2B, inwentaryzację posiadanego potencjału zgodnie z zidentyfikowanymi potrzebami branży).
4. Rozwój turystyki motocyklowej poprzez przygotowanie oferty dla użytkowników motocykli.
5. Wspieranie rozwoju i promocja agroturystyki i turystyki wiejskiej.
6. Inwentaryzacja potencjału w zakresie rozwoju produktów turystyki caravaningowej i campingowej.

Zgodność ze Strategią:

- Cel strategiczny A.3. Uporządkowanie zarządzania produktami kluczowymi. Program A.3.1. Przegląd szesnastu kluczowych produktów turystycznych (Cel programu: zweryfikowanie skuteczności rynkowego funkcjonowania szesnastu kluczowych produktów sieciowych, wspieranych w ramach poprzedniej strategii turystyki i wybranie spośród nich produktów faktycznie funkcjonujących, na których skoncentrowano by dalsze wsparcie promocyjne w ramach wojewódzkiej polityki turystycznej).
- Cel strategiczny A.3. Uporządkowanie zarządzania produktami kluczowymi: Program A.3.2. Program uporządkowania systemu szlaków turystycznych (Cel programu: zweryfikowanie stanu i funkcjonowania szlaków turystycznych powstałych w ramach poprzedniej wojewódzkiej strategii rozwoju turystyki).
- Cel strategiczny C.3. Wsparcie promocyjne kluczowych atrakcji turystycznych. Wsparcie promocyjne kluczowych atrakcji turystycznych ma służyć nie tylko wzmocnieniu wizerunku turystycznego województwa, ale także upowszechnianiu przykładów dobrej praktyki w biznesie turystycznym.

KIERUNEK V

WZMOCNIENIE ROLI MROT JAKO GŁÓWNEGO PODMIOTU DZIAŁAŃ NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI NA MAZOWSZU ORAZ REALIZACJI STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE MAZOWIECKIM NA LATA 2014-2020

ZADANIA NA ROK 2021 PODZIALE NA OBSZARY:

OBSZAR 1 WZMOCNIENIE ORGANIZACJI

1. Współpraca z Samorządem Województwa Mazowieckiego na rzecz opracowania Strategii Rozwoju Turystyki Województwa Mazowieckiego, w tym w szczególności wykonanie ewaluacji realizacji strategii.
2. Wzmacnianie stałej współpracy Samorządu Województwa Mazowieckiego z Samorządem m. st. Warszawa w obszarze turystyki.
3. Prowadzenie stałych działań na rzecz zwiększania ilości członków MROT.
4. Przygotowywanie projektów o współfinansowanie działań podejmowanych przez MROT.
5. Aktywny udział w działaniach Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych.
6. Udział pracowników MROT w organizowanych wydarzeniach branżowych i naukowych.
7. Działania doradcze i transfer wiedzy prowadzony przez MROT na rynku międzynarodowym, w tym również w ramach projektów międzynarodowych

finansowanych przez Komisję Europejską (konferencje, prezentacje, warsztaty, szkolenia, study toury).

8. Działania na rzecz opracowywania projektów partnerskich międzynarodowych z krajami kandydującymi do UE finansowanych z funduszy przedakcesyjnych (konferencje, szkolenia, study toury).

OBSZAR 2 INTENSYFIKACJA DZIAŁAŃ NA RZECZ CZŁONKÓW MROT

1. Prezentacja członków MROT na www.mrot.pl
2. Realizacja działań promocyjnych na rzecz członków MROT.
3. Udzielanie patronatów nad wydarzeniami organizowanymi przez członków MROT.

OBSZAR 3 PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI BADAWCZEJ, DORADCZEJ I CONSULTINGOWEJ

1. Monitorowanie sytuacji branży turystycznej na Mazowszu, w tym realizacja badań dotyczących sytuacji branży turystycznej na Mazowszu.
2. Stałe monitorowanie informacji na temat aktualności w czasach pandemii tj. wszystkich ważnych informacji dla interesariuszy rynku: regulacji prawnych, aktualnych informacji z poszczególnych sektorów w branży, przewidywanych trendów oraz skutków gospodarczych i społecznych Covid-19.
3. Wsparcie branży turystycznej Mazowsza w zakresie przezwyciężenia kryzysu.
4. Doradztwo w zakresie efektywnej promocji wizerunkowej i produktowej.
5. Doradztwo przy opracowywaniu wniosków i projektów przez partnerów MROT.
6. Udział w przygotowaniu projektów i ich systemów wdrażania realizowanych przez Samorząd Województwa w ramach PO Polska Wschodnia.
7. Ekspertyza „Skutki planowanego podziału województwa mazowieckiego dla turystyki w regionie” opracowana przez wybitnych pracowników naukowych od lat związanych z badaniami dotyczącymi gospodarki turystycznej, uznane autorytety naukowe specjalizujący się w turystyce - Prof. Teresa Skalska, Prof. Ewa Dziedzic, Prof. Hanna Zawistowska, dr Piotr Kociszewski.
8. Organizacja debaty „Turystyka a podział Mazowsza”.
9. Opracowanie raportu pt. „Ewaluacja Strategii Rozwoju Turystyki w województwie mazowieckim na lata 2014–2020

OBSZAR 4 POZOSTAŁE DZIAŁANIA REALIZOWANE W RAMACH POZYSKANYCH ZEWNĘTRZNYCH ŹRÓDEŁ FINANSOWANIA

1. „Embedding Sustainability Skills in Tourism Education and Training / ESTET” do programu ERASMUS+. Liderem projektu jest Społeczna Akademia Nauk, projekt ma 7 partnerów międzynarodowych. Projekt w trakcie realizacji.

2. „Promocja rozwoju zrównoważonej turystyki na obszarach wiejskich na Mazowszu” Część II. Projekt złożony w Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich uzyskał dofinansowanie jest w trakcie realizacji.
3. Szlaki turystyczne dziedzictwa kulturalnego Mazowsza. Projekt realizowany przy współfinansowaniu Samorządu Województwa Mazowieckiego.
4. Więcej niż Mazowsze. Legendy dorzecza środkowej Wisły - wniosek złożony do Narodowego Centrum Kultury. Projekt nie uzyskał dofinansowania.
5. Konserwacja i uzupełnienie oznakowania samochodowych szlaków turystycznych Mazowsza – wniosek złożony do Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii. Projekt nie uzyskał dofinansowania.
6. Realizacja w ramach FROT projektu pt. Kurs doszkalający dla pilotów wycieczek – wspólny projekt Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych oraz Polskiej Organizacji Turystycznej.
7. Realizacja w ramach FROT projektu „Akademia Liderów” współfinansowanego w ramach konkursu dla organizacji pozarządowych ze środków Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii.
8. Realizacja projektu POT „Turystyczna Szkoła.

Zgodność ze strategią:

Cel strategiczny A.2. Systematyzacja współpracy turystycznej

- Program A.2.1: Mazowsze–Warszawa: stały mechanizm współpracy w obszarze turystyki (Cel programu: stworzenie mechanizmu stałej koordynacji poczynań samorządu województwa i samorządu miasta stołecznego Warszawy w obszarze turystyki).
- Program A.2.2: Wzmocnienie Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (Cel programu: systemowe wzmocnienie Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej tak, aby mogła ona skutecznie realizować publiczne cele wojewódzkiej polityki turystycznej, a w szczególności być efektywnym oraz wydolnym kadrowo, finansowo i organizacyjnie wykonawcą programów niniejszej Strategii).

Cel strategiczny A.4. Dostęp do aktualnej wiedzy badawczej o mazowieckiej turystyce: Program A.4.1 Mazowieckie Obserwatorium Turystyki (Cel programu: zapewnienie zainteresowanym podmiotom dostępu do aktualnej wiedzy badawczej o turystyce w województwie mazowieckim).