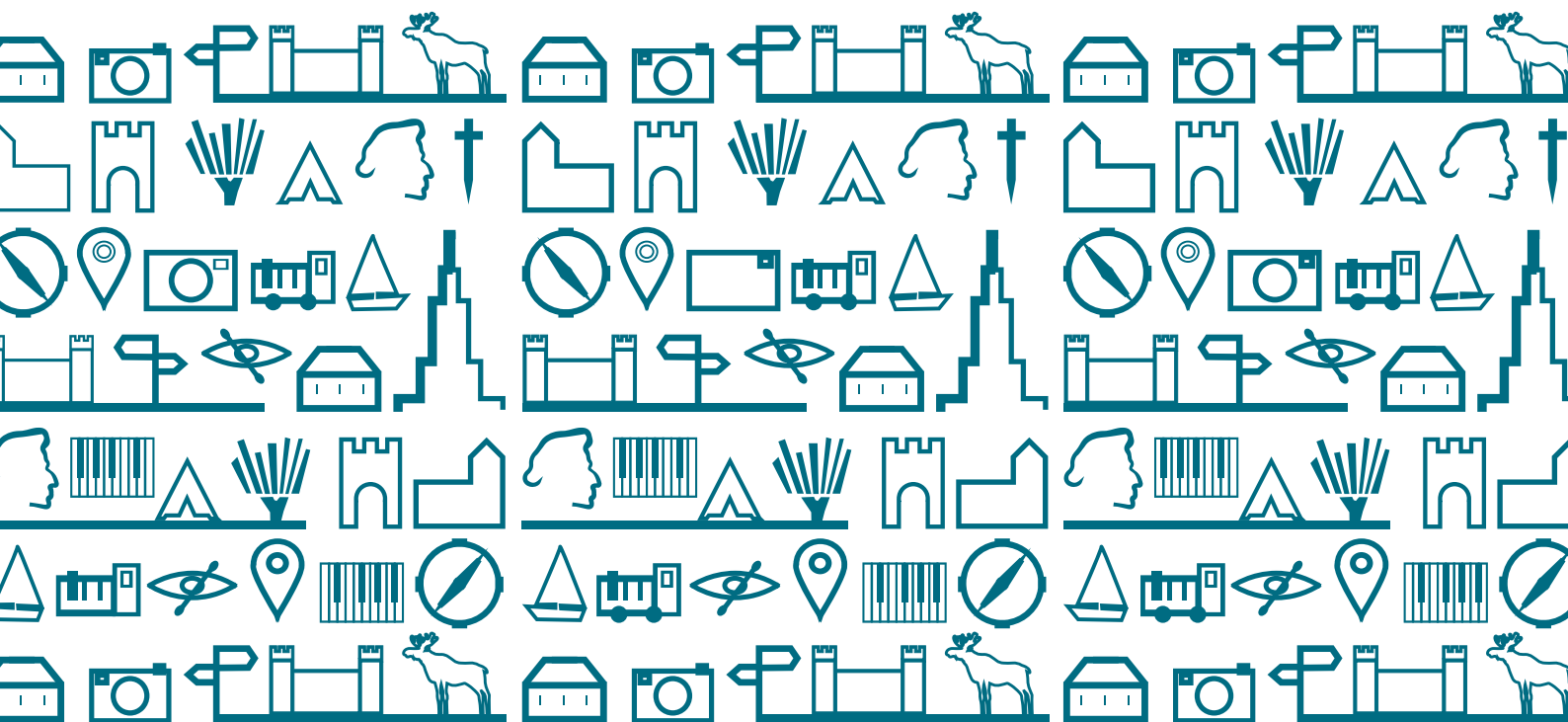
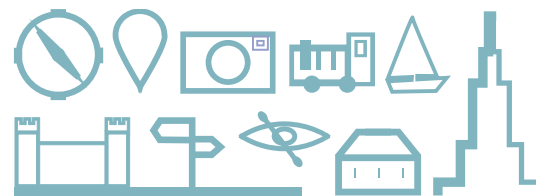


SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI  
**MAZOWIECKIEJ REGIONALNEJ  
ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ**  
I ZARZĄDU MROT ZA ROK 2020



# SPIS TREŚCI



<b>DZIAŁALNOŚĆ MROT W 2020 ROKU</b>	<b>8</b>
<b>I. Promowanie walorów turystycznych Mazowsza i docieranie z ofertą turystyczną do zdefiniowanych grup odbiorców</b>	<b>9</b>
<b>Działania wydawnicze</b>	
Magazyn „Moda na Mazowsze”	9
Przewodniki Dziedzictwa Kulturowego Mazowsza	10
Przewodnik „Odpocznij na Mazowszu”	11
Mapa atrakcji turystycznych województwa mazowieckiego	11
Kampania promocyjna „Odpocznij na Mazowszu”	12
Kampania promocyjna „Odpoczywaj w Polsce”	13
Realizacja podróży studyjnych	14
3. Turystyczne Mistrzostwa Blogerów	15
Akcja Czysta Wkra	16
Rajd Motocyklowy „Niejednym śladem po Mazowszu”	17
Promocja potencjału kulinarnego Mazowsza podczas festiwalu kulinarnego „Jedz Pij Warszawo”	18
<b>Marketing internetowy</b>	
Profile w mediach społecznościowych	19
Stała aktualizacja stron internetowych	20
Projekt „Rozmowy online” z członkami MROT	21
Akcja #podpowiadamyświąta	22
Akcja #ożywiamy Sztukę Mazowsza	22
Stała publikacja newsletterów	23
Produkcja materiałów fotograficznych i filmowych	24
<b>II. Utrzymanie i rozwój Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznej</b>	<b>25</b>
<b>Administrowanie i aktualizacja regionalnych portali internetowych</b>	<b>25</b>
<b>Działalność Kapituły Turystycznych Znaków Drogowych Województwa Mazowieckiego</b>	<b>25</b>
<b>Szkolenie dla informatorów turystycznych</b>	<b>26</b>
<b>III. Działania związane ze wsparciem rozwoju branży spotkań na Mazowszu</b>	<b>27</b>



<b>IV. Wspieranie rozwoju inicjatyw turystycznych Mazowsza</b>	<b>28</b>
<b>Działania w zakresie utrzymania trwałości projektów</b>	
Szlaki Turystyczne Dziedzictwa Kulturalnego Mazowsza	29
Moda na Mazowsze – innowacyjna oferta regionu	30
Dzieje się na Mazowszu	31
<b>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</b>	<b>32</b>
<b>Media Relations</b>	<b>32</b>
<b>Public relations w komunikacji korporacyjnej</b>	<b>33</b>
<b>Działania związane z monitowaniem sytuacji w branży</b>	<b>34</b>
<b>Działania doradcze i consultingowe</b>	<b>35</b>
<b>Działania związane z realizacją projektów finansowanych ze źródeł zewnętrznych</b>	<b>35</b>
<b>Realizacja planu finansowego</b>	<b>36</b>

przedkładam Państwu sprawozdanie z działalności Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej oraz Zarządu MROT za rok 2020. Był to kolejny, choć jakże odmienny od wszystkich poprzednich, rok nowych projektów służących rozwojowi turystyki na Mazowszu.

Z jednej strony rok bardzo trudny dla turystyki w związku z wybuchem pandemii COVID-19 i przystosowywaniem się do funkcjonowania w nowej rzeczywistości, ze wszystkimi ograniczeniami związanymi z prowadzeniem działalności oraz zwykłymi ludzkimi obawami.

Z drugiej strony podkreślenia wymaga fakt, iż rok 2020 był rokiem znaczącego zwiększenia budżetu MROT przez Samorząd Województwa Mazowieckiego. Kwota, która została podwyższona do wysokości 1 500 000 zł, szczególnie w dobie pandemii pozwoliła na realizację wielu innowacyjnych inicjatyw, które realnie wsparły gospodarkę turystyczną na Mazowszu.

Sytuacja związana z rozprzestrzenianiem się COVID-19 spowodowała konieczność dostosowania trybu pracy Biura MROT do warunków epidemii, a także zreorganizowania planu pracy pod kątem nowych potrzeb i wyzwań oraz elastycznego reagowania na zmieniającą się niemal codziennie sytuację. Działania te różnicowane były w zależności od etapów zamrażania i odmrażania gospodarki oraz życia społecznego. Pierwsze półrocze roku 2020 było czasem wdrażania nowej strategii działania oraz zdefiniowania obszarów i narzędzi wsparcia dla członków organizacji w kompletnie nowej rzeczywistości. Dotyczyło to przede wszystkim przeniesienia dużej części aktywności do Internetu. Intensywny rozwój projektów Moda na Mazowsze i Dzieje się na Mazowszu stworzył możliwość prowadzenia efektywnych działań promujących zarówno ofertę regionu, jak i przede wszystkim podmiotów zrzeszonych w MROT. Rozpoczęto budowę studia telewizji internetowej, w którym realizowane są wywiady z przedstawicielami branży turystycznej oraz konferencje w formule online. Zrealizowano wiele angażujących akcji promocyjnych w mediach społecznościowych, a ponad 1000 różnego rodzaju artykułów i wpisów dotarło do ponad 3 mln użytkowników sieci.

Do niezwykle ważnych projektów zrealizowanych w pierwszym półroczu należało zaplanowanie i przeprowadzenie dwóch kampanii promocyjnych Mazowsza – we współpracy z Samorządem Województwa Mazowieckiego oraz Polską Organizacją Turystyczną. Płatne reklamy zamieszczane w ramach realizacji kampanii promocyjnych realizowanych przez MROT osiągnęły łączny poziom 12 mln wyświetleń. Drugie, równie intensywne półrocze upłynęło pod znakiem kontynuowania działań w przestrzeni cyfrowej, a także podjęcia w tym obszarze zupełnie nowych inicjatyw. Był to dla MROT również etap realizacji projektów, na które Organizacja pozyskała finansowanie zewnętrzne. Sukcesem było otrzymanie finansowania z Komisji Europejskiej w ramach programu Erasmus+, dzięki czemu MROT realizuje duży międzynarodowy projekt badawczy dotyczący zrównoważonej turystyki. W trendzie, szczególnie w dobie pandemii, okazał się być również projekt finansowany w ramach Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich dotyczący promocji najlepszych praktyk w obiektach turystyki wiejskiej na Mazowszu.

Rok zamknęliśmy konferencją pt. „Międzynarodowe dobre praktyki w zarządzaniu marką turystyczną” realizowaną we współpracy i ze środków pozyskanych wspólnie z Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych.

Niestety, był to też rok tragiczny – z jego końcem odszedł wieloletni Prezes Organizacji Jan Błoński, jeden z najbardziej cenionych i lubianych ludzi polskiej turystyki, niekwestionowany autorytet, a dla nas – cudowny Szef i Przyjaciel. Dobry, ciepły i mądry Człowiek.

Mimo, iż pandemia nadal zbiera swoje żniwo, wierzę, że to sprawozdanie MROT za 2020 rok będzie dobrą inspiracją do podejmowania nowych inicjatyw i wykorzystywania niestandardowych rozwiązań, które przyczynią się do odbudowania branży turystycznej i rozwoju turystyki w całym województwie mazowieckim.

# PREZES JAN BŁOŃSKI

## WSPOMNIENIE

Prezes Jan Błoński, jeden z najbardziej cenionych i lubianych ludzi polskiej turystyki, odszedł od nas 15 grudnia 2020 r. Przegrał nierówną walkę z COVID-em.



Urodził się 19 grudnia 1949 roku. Z wykształcenia był prawnikiem, ale całe swoje życie zawodowe poświęcił turystyce. Działalność związaną z tą branżą rozpoczął w B.P. Almatour, a później kontynuował w B.P. Juwentur, m.in. jako pilot wycieczek krajowych i zagranicznych. W 1978 r. podjął długoletnią współpracę z Ogólnokrajową Spółdzielnią Turystyczną Gromada. Dwukrotnie pełnił funkcję prezesa jej zarządu: w latach 1990-1995 i 2010-2014.

W latach 1995-1998 Jan Błoński był wiceprezesem Urzędu Kultury Fizycznej i Turystyki. Jako przedstawiciel rządu koordynował opracowanie i przeprowadzenie przez Sejm Ustawy o Usługach Turystycznych z roku 1997. Podczas tej pracy cechowała Go przede wszystkim szybkość i umiejętność podejmowania decyzji oraz wyjątkowa trafność w ocenie sytuacji.

Swoją ogromną wiedzą i doświadczeniem lubił dzielić się z innymi, był świetnym mentorem i wykładowcą na kilku uczelniach. W latach 2006-2010 pełnił funkcję Kanclerza Wyższej Szkoły Organizacji Turystyki w Warszawie.

Sport był drugą, obok turystyki, wielką pasją Jana Błońskiego. Już na studiach we Wrocławiu uprawiał wyczynowo wioślarstwo w AZS Wrocław. W latach 1980-1988 pełnił funkcję wiceprezesa zrzeszenia Ludowe Zespoły Sportowe. Nieprzerwanie w okresie 1988-2010 pełnił funkcję Prezesa Polskiego Związku Sportów Saneczkowych. W latach 1992-2011 był członkiem Zarządu Polskiego Komitetu Olimpijskiego i przez 3 kadencje wchodził w skład jego Prezydium.

Funkcję Prezesa Zarządu Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej pełnił od 2011 roku, będąc jednogłośnie wybieranym na kolejne kadencje. Pod Jego przywództwem MROT funkcjonowała jako profesjonalna organizacja wspierająca rozwój turystyki na Mazowszu, nie bojąc się wyzwań i podejmując ciągle nowe działania, których był gorącym orędownikiem.

Prezes Jan Błoński był niekwestionowanym autorytetem w środowisku turystycznym. Jego wiedza i doświadczenie, a przede wszystkim mądrość niejednokrotnie pozwalały znaleźć właściwą drogę i podejmować najlepsze decyzje. Jego atutami były też spokój i opanowanie, które w pracy dawały nam z jednej strony poczucie bezpieczeństwa, a z drugiej – pewność rozwoju i realizacji kolejnych nowych projektów.

Będzie nam bardzo brakowało Jego otwartości, sprawiedliwości oraz wsparcia, na które zawsze mogliśmy liczyć zarówno w sprawach zawodowych, jak i osobistych, bo był Człowiekiem Wielkiego Serca, zawsze gotowym do niesienia innym pomocy. Był nie tylko doskonałym zwierzchnikiem, ale również wspianym nauczycielem życia.

Prezes Jan Błoński – nasz najwspanialszy Szef i Przyjaciel. Zawsze będziemy kierować się zasadami, według których żył i które nam przekazywał.

## Zarząd MROT funkcjonował w następującym składzie:

Jan Błoński – Prezes Zarządu  
Bartosz Milczarczyk – Wiceprezes Zarządu  
Wojciech Rzewuski – Skarbnik  
Małgorzata Borkowska – Członek Zarządu  
Tadeusz Milik – Członek Zarządu  
Rafał Rajkowski – Członek Zarządu  
Jan Rzeszotarski – Członek Zarządu

## Biuro MROT w okresie sprawozdawczym funkcjonowało w następującym składzie:

Dorota Zbińkowska – Dyrektor Biura  
Iwona Majewska – Zastępca Dyrektora Biura  
Adam Jasiński – Menadżer ds. marketingu i promocji  
Tatiana Telniuk – Menadżer ds. projektów kluczowych  
Renata Konewecka – Menadżer ds. produktów turystycznych  
Radosław Krupa – Menadżer ds. targów i administracji  
Adam Pawliszak – Specjalista ds. marketingu i produktów turystycznych  
Maciej First – Referent

## 31 GRUDNIA 2020 R. MROT LICZYŁA 103 CZŁONKÓW

W roku 2020 do MROT dołączyło 5 nowych członków:

1. Global Parks Poland Sp. z o.o.
2. Ogólnokrajowa Spółdzielnia Turystyczna Gromada
3. Poland Trip Sp. z o.o.
4. Lokalna Organizacja Turystyczna „LOT nad Bugiem”
5. Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu

W 2020 wykreślono z listy członków: Mikrowyprawy Łukasz Długowski

W roku 2020 zorganizowano i przeprowadzono 1 Walne Zebranie Członków MROT, które w dniu 30 lipca 2020 przyjęło i zatwierdziło:

- ✓ Sprawozdanie działalności MROT za rok 2019,
- ✓ Sprawozdanie finansowe MROT za rok 2019,
- ✓ Absolutorium dla poszczególnych członków Zarządu MROT za 2019 rok,
- ✓ Plan działalności MROT na rok 2020,
- ✓ Plan finansowy MROT na rok 2020,
- ✓ Zmiany w Regulaminie Zarządu MROT.

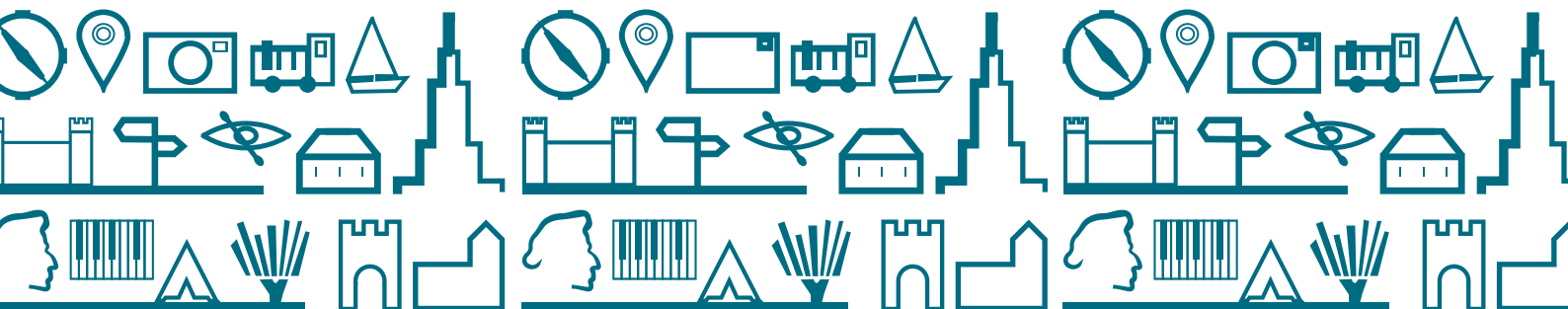
W roku 2020 odbyły się 4 posiedzenia Zarządu: 6 lutego, 17 marca, 7 lipca, 30 listopada.  
Zarząd podczas posiedzeń podjął 17 uchwał.

## DZIAŁALNOŚĆ MROT W 2020 ROKU

Na rok 2020 (z perspektywą do 2023 r.) Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna wyznaczyła pięć kierunków działań, zgodnie ze swoim statutem oraz „Strategią rozwoju turystyki w województwie mazowieckim na lata 2015-2020” przyjętą do realizacji przez Sejmik Województwa Mazowieckiego. Były to:

- I. Promowanie walorów turystycznych Mazowsza i docieranie z ofertą turystyczną do zdefiniowanych grup odbiorców.
- II. Utrzymanie i rozwój Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznej.
- III. Działania związane ze wsparciem rozwoju branży spotkań na Mazowszu.
- IV. Wspieranie rozwoju inicjatyw turystycznych Mazowsza.
- 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.

MROT realizowała powyższe cele wykorzystując różnorodne narzędzia. Najważniejsze z nich zostały przedstawione w niniejszym sprawozdaniu.



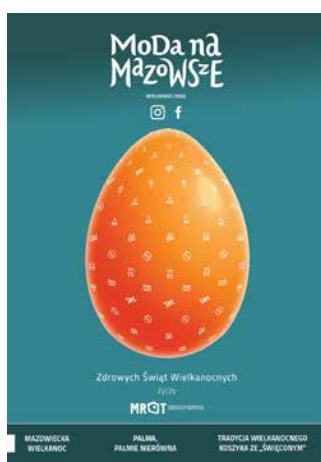
# I. PROMOWANIE WALORÓW TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA I DOCIERANIE Z OFERTĄ TURYSTYCZNĄ DO ZDEFINIOWANYCH GRUP ODBIORCÓW

## DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA

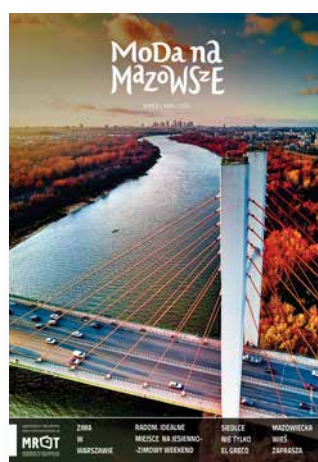
### Magazyn Moda na Mazowsze



Magazyn „Moda na Mazowsze” na stałe wpisał się w zakres działalności wydawniczej MROT. Ciekawa forma i aktualna informacja o ofercie turystycznej członków Organizacji cieszą się powodzeniem wśród dużej grupy czytelników. W 2020 roku ukazały się dwa wydania gazety:



„Moda na Mazowsze”  
nr 1. Wydanie  
wielkanocne  
w nakładzie 5000 egz.



„Moda na Mazowsze”  
nr 2. Wydanie jesienno-  
zimowe w nakładzie  
10 000 egz.

Wersja drukowana magazynu dystrybuowana jest w certyfikowanych centrach i punktach informacji turystycznej oraz atrakcyjnych miejscach turystycznych województwa, a także u wszystkich podmiotów/członków MROT, których artykuły i reklamy znalazły się w numerze. Wydania cyfrowe dystrybuowane są za pośrednictwem mediów społecznościowych i stron internetowych zarządzanych przez MROT. Łączna liczba pobrań e-wydań wyniosła prawie 3 tys..



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

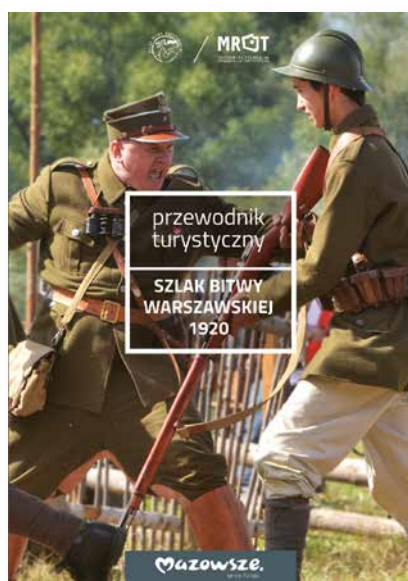
## DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA



### Przewodniki Dziedzictwa Kulturowego Mazowsza

W ramach działań związanych z rozwojem Szlaków Turystycznych Dziedzictwa Kulturowego Mazowsza dokonano aktualizacji wersji cyfrowej i wydruku przewodników Szlak Chopinowski, Szlak Bitwy Warszawskiej 1920, Szlak Książąt Mazowieckich, które objęły wersje polskie wszystkich trzech przewodników oraz wersję angielską, niemiecką, rosyjską, francuską i japońską przewodnika Szlak Chopinowski. Przygotowana do druku została również wersja chińska. Aktualizacje pojawiły się także na dedykowanej szlakom stronie [www.dziedzictwomazowsza.pl](http://www.dziedzictwomazowsza.pl). Szlaki Turystyczne Dziedzictwa Kulturowego Mazowsza promowane są również na platformie Turystyczna Szkoła w ramach akcji prowadzonej przez Polską Organizację Turystyczną.

#### Szlak Bitwy Warszawskiej 1920



#### Szlak Chopinowski



#### Szlak Książąt Mazowieckich



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

## DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA

### Przewodnik „Odpocznij na Mazowszu”



Przewodnik powstał w czterech wersjach językowych – polskiej, angielskiej, niemieckiej i ukraińskiej – jako element kampanii promocyjnej województwa mazowieckiego „Odpocznij na Mazowszu”. Wersję cyfrową można pobrać ze strony [modanamazowsze.pl](http://modanamazowsze.pl) i mediów społecznościowych prowadzonych przez MROT, wersja drukowana ukazała się we współpracy z UMWM, w nakładzie 15 tys. egz.



## Mapa atrakcji turystycznych województwa mazowieckiego

W 2020 r. Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna opracowała i opublikowała mapę z najciekawszymi atrakcjami turystycznymi regionu. Mapa, wydana w polskiej i angielskiej wersji językowej, przedstawia 44 najważniejsze atrakcje województwa mazowieckiego oraz punkty i centra informacji turystycznej funkcjonujące na Mazowszu. Dzięki tej publikacji można zaplanować ciekawy pobyt w konkretnej lokalizacji lub interesującą wycieczkę szlakiem wybranych atrakcji.

Mapę można bezpłatnie otrzymać w każdym punkcie informacji turystycznej w województwie mazowieckim lub pobrać wersję online ze strony [www.mrot.pl](http://www.mrot.pl) (zakładka publikacje).

[www.mrot.pl](http://www.mrot.pl)



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

## DZIAŁANIA PROMOCYJNE

### Kampania promocyjna „Odpocznij na Mazowszu”



Zrealizowane w 2020 roku kampanie promujące ofertę turystyczną województwa mazowieckiego, stanowiły znaczące wsparcie dla branży turystycznej i wpłynęły na zwiększenie ruchu turystycznego w regionie. Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna była współorganizatorem i partnerem merytorycznym kampanii „Odpocznij na Mazowszu” realizowanej przez Samorząd Województwa Mazowieckiego oraz kampanii „Odpoczywaj w Polsce” koordynowanej przez Polską Organizację Turystyczną.

### W ramach kampanii „Odpocznij na Mazowszu” MROT odpowiadała za:

- ✓ administrację i aktualizację strony [www.modanamazowsze.pl](http://www.modanamazowsze.pl), która była oficjalnym landingpage'em kampanii i prezentowała obiekty, atrakcje i szlaki turystyczne Mazowsza,
- ✓ współpracę z influencerami i blogosferą podróżniczą w zakresie promocji wybranych destynacji na terenie województwa mazowieckiego,
- ✓ realizację działań social paid dla kampanii internetowej, w tym: przygotowanie kalendarza kampanii,
- ✓ zarządzanie kontem reklamowym, tworzenie kampanii reklamowych według kalendarza ustalonego z partnerem oraz moderowanie reklam w celu poprawy wyników,
- ✓ opracowanie i publikację przewodnika turystycznego „Odpocznij na Mazowszu”, w tym redakcję tekstów, zakup zdjęć, skład graficzny i druk.



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

## DZIAŁANIA PROMOCYJNE

### Kampania promocyjna Odpoczywaj w Polsce



W ramach kampanii „Odpoczywaj w Polsce” koordynowanej przez Polską Organizację Turystyczną MROT zrealizowała następujące działania:

- ✓ opracowanie scenariusza i realizacja spotu promocyjnego Mazowsza emitowanego w ramach kampanii internetowej,
- ✓ zdobycie, selekcja i opracowanie różnorodnych materiałów, na bazie których przygotowywane były artykuły promujące region i jego szczególne atrakcje turystyczne (w tym również wybór i zakup zdjęć),
- ✓ przygotowanie treści do strony internetowej Odpoczywaj w Polsce w zakresie potencjału regionu (odwołania do atrakcji w okolicy i w regionie),
- ✓ współpraca przy realizacji programu o Mazowszu w telewizji śniadaniowej (3 odcinki po 3,15 minuty): opracowanie koncepcji poszczególnych odcinków oraz szczegółowego scenariusza każdego odcinka, rekonesans wszystkich miejsc zdjęciowych,
- ✓ zabezpieczenie niezbędnych rekwizytów, sprzętów do nagrań, nagranie dodatkowych materiałów uzupełniających, organizacja logistyki nagrań, pozyskanie zgód na nakręcenie materiału, kołaudacja, współpraca z partnerami.



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

## DZIAŁANIA PROMOCYJNE

### Realizacja podróży studyjnych



Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna organizuje i obsługuje wizyty studyjne po Mazowszu. Współpracuje w tym zakresie z Samorządem Województwa Mazowieckiego, miastem st. Warszawa, samorządami lokalnymi oraz szeroko rozumianą branżą turystyczną. W 2020 roku MROT zaprosiła do współpracy popularnych blogerów turystycznych, organizując i obsługując wizyty studyjne z ich udziałem. Ready for Boarding, Wędrowne Motyle oraz TraveLover poznali 10 najciekawszych destynacji, obiektów i atrakcji regionu, obszernie relacjonując swoje wyprawy na blogach i w mediach społecznościowych. Goście w ramach kampanii „Odpocznij na Mazowszu” odwiedzili m.in. Kurpie, Farmę Iluzji, Julinek, Muzeum Wsi Radomskiej, Winnicę Dwórzno, uczestniczyli w sptywach kajakowych i rajdach rowerowych, wyruszyli również w podróż szlakiem Mazowieckiej Michy Szlacheckiej.



#### READY FOR BOARDING

Autorzy starają się zaszczepić chęć odkrywania świata swoim dzieciom. Na blogu, oprócz relacji z podróży, przedstawiają sposoby planowania ciekawych rodzinnych wyjazdów. W ramach kampanii „Odpocznij na Mazowszu” odwiedzili Park Rozrywki Julinek, Farmę Iluzji oraz zwiedzili najważniejsze atrakcje Radomia, w tym Muzeum Wsi Radomskiej.



#### TRAVELOVER

Dziennikarka, reżyserka programów telewizyjnych, blogerka, ale przede wszystkim miłośniczka podróży prowadzi blog pełen inspiracji, gotowych planów działania oraz praktycznych porad. Podczas swojej podróży po Mazowszu odwiedziła Winnicę Dwórzno, Dwór Mościbrody oraz Pałac Mała Wieś.



#### WĘDROWNE MOTYLE

Autorzy kanału na YouTube „Wędrowne Motyle” oraz jednego z najpopularniejszych polskich blogów podróżniczych „gdziwyjechac.pl” relacjonują swoje podróże od 10 lat. Ich materiały docierają do pół miliona odbiorców podczas każdego miesiąca. W ramach współpracy z MROT odwiedzili i przygotowali relacje z pobytu na Kurpiach Zielonych, m.in. w Czarni, Myszyńcu, Kadzidle, Wachu, Ostrołęce.

Łączny zasięg publikacji:  
**200 tys. odbiorców**

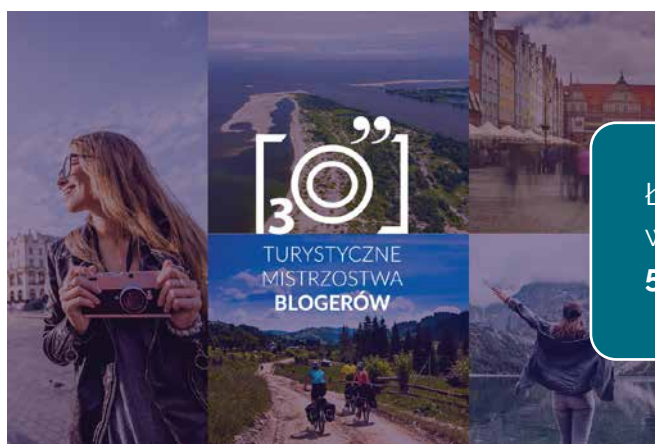
# I. PROMOWANIE WALORÓW TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA I DOCIERANIE Z OFERTĄ TURYSTYCZNĄ DO ZDEFINIOWANYCH GRUP ODBIORCÓW

## DZIAŁANIA PROMOCYJNE

### 3. Turystyczne Mistrzostwa Blogerów



W 2020 roku odbyła się trzecia edycja Turystycznych Mistrzostw Blogerów organizowanych przez Polską Organizację Turystyczną. O pierwsze miejsce walczą nie tylko blogerzy, ale także wszystkie województwa mające swoich blogowych reprezentantów. Województwo mazowieckie reprezentowali Krzysztof Mańkowski i Joanna Kurcińska z bloga Idziemy Dalej. We współpracy z MROT przygotowali i zaprezentowali ofertę Warszawy oraz sielskich, klimatycznych miejsc na Mazowszu – unikatowych obiektów turystyki wiejskiej: Dworu Zaścianek, Siedliska Leluja i Dworku nad Wkrą.



Łączny zasięg  
w social mediach ponad  
**550 tys. odbiorców**



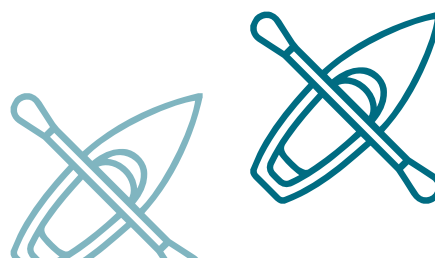
# I. PROMOWANIE WALORÓW TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA I DOCIERANIE Z OFERTĄ TURYSTYCZNĄ DO ZDEFINIOWANYCH GRUP ODBIORCÓW

## DZIAŁANIA PROMOCYJNE

### Akcja Czysta Wkra

03.10.2020 r.

11. edycja akcji Czysta Wkra odbyła się 3 października 2020 r. Celem przedsięwzięcia było wspólne oczyszczenie rzeki i jej okolicy ze śmieci i pozostałości po wakacyjnych „turystach”, zadbanie, aby w następnym sezonie można było tu znaleźć idealne, czyste miejsce wypoczynku. Akcję zorganizowało Stowarzyszenie Nasza Wkra i Fundacja Promocji Turystyki Aktywnej. Wzięło w niej udział 25 firm wypożyczających sprzęt pływający na Wkrze (w sumie 300 kajaków) oraz liczni ochotnicy. Zebrano z rzeki ponad 2 kontenery śmieci. MROT jako współorganizator akcji realizowała działania w zakresie promocji wydarzenia oraz obsługi PR. Organizacja m.in. nawiązała współpracę z regionalnymi rozgłośniami radiowymi oraz telewizją TVP3, która relacjonowała akcję oraz pozyskała sponsorów nagród: Park Of Poland, Tor Modlin, Samorząd Województwa Mazowieckiego, Park Rozrywki i Edukacji Farma Iluzji.



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



## DZIAŁANIA PROMOCYJNE

### Rajd Motocyklowy „Niejednym śladem po Mazowszu”

10.10.2020 r.

10 października 2020 Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna wspólnie z Torem Modlin zorganizowała rajd motocyklowy „Niejednym Śladem po Mazowszu”. Celem była promocja walorów turystycznych Mazowsza, w szczególności oferty członków MROT i zaprezentowanie potencjału regionu amatorom podróży motocyklowych. Uczestnikami wyprawy byli miłośnicy uprawiania takiej formy turystyki. Rajd rozpoczął się od próbnego przejazdu po torze do doskonalenia techniki jazdy na terenie Toru Modlin, następnie uczestnicy wyruszyli w trasę, która przebiegała obok Twierdzy Modlin, przez Czerwińsk nad Wisłą, Wyszogród, Skansen Osadnictwa Nadwiślańskiego w Wiączeminię Polskim (gdzie podróżnicy posilili się tutaj słynną zupą dyniową oraz powidłami olenderskimi) i Płock aż do Sierpca, a dokładne do Muzeum Wsi Mazowieckiej, gdzie wręczono członkom wyprawy pamiątkowe upominki oraz rozlosowano nagrody ufundowane przez sponsorów: ścigacz.pl, Polska Akademia Nauk Dom Zjazdów i Konferencji w Jabłonie, Winnica Dwórzno, Stowarzyszenie „Wspólnota Polska” Dom Polonii w Pułtusku. Zwieńczeniem rajdu był występ zespołu Łużycanki oraz poczęstunek regionalnymi specjami.





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

## DZIAŁANIA PROMOCYJNE

### Promocja potencjału kulinarnego Mazowsza podczas festiwalu kulinarnego „Jedz Pij Warszawo”



25-26.01.2020 r.

25 i 26 stycznia 2020 r. MROT zaprezentowała najlepsze mazowieckie produkty ze Szlaku Kulinarnego Mazowiecka Micha Szlachecka oraz wina z Winnicy Dwórzno podczas festiwalu „Jedz Pij Warszawo”. To jedno z największych kulinarnych wydarzeń roku, promujące zarówno historię, tradycję i kulturę, jak również najnowsze trendy gastronomiczne.

Mazowiecka Micha Szlachecka zaprezentowała na festiwalu unikatowe produkty sygnowane znakiem Dziedzictwa Kulinarnego Mazowsza: ocet i sok jabłkowy, oleje lniane i rzepakowe, sery kozie i krowie, miody, pierniki, pasztety, pierożki, ciasta oraz unikatowe wyroby z karpia. Natomiast Winnica Dwórzno serwowała swoje wina gronowe i owocowe nagradzane medalami na konkursach polskich i zagranicznych.

Festiwal „Jedz Pij Warszawo” nawiązuje tradycją do legendarnej „Wystawy kucharsko-spożywczej” z 1902 roku, kiedy Warszawa, obok Wiednia i Frankfurtu nad Menem, była jednym z pierwszych miejsc świętowania sztuki kulinarnej w Europie.



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

## MARKETING INTERNETOWY

### Profile w mediach społecznościowych



MROT konsekwentnie realizuje działania promocyjne w obszarze social mediów. **Fanpage Moda na Mazowsze, Dzieje się na Mazowszu i MROT** obserwuje ponad 130 tys. użytkowników. Rocznie publikowanych jest ponad tysiąc informacji poświęconych ofertom członków stowarzyszenia, atrakcyjnym turystycznym oraz wydarzeniom odbywającym się w regionie. Informacje publikowane w mediach społecznościowych dotarły do prawie 3 mln użytkowników.

Rok 2020 był także czasem intensywnego rozwoju profilu Moda na Mazowsze na Instagramie, który odnotował ponad 15 tys. subskrybentów. Wybuch pandemii przyspieszył też uruchomienie profilu Moda na Mazowsze na YouTube, a przeniesienie dużej części działań marketingowych i promocyjnych do Internetu zaowocował wyprodukowaniem niemal stu materiałów audiowizualnych zamieszczonych na YouTube oraz na Facebooku. Płatne reklamy zamieszczane w ramach realizacji kampanii promocyjnych realizowanych przez MROT, osiągnęły łączny poziom 12 mln wyświetleń.



Wymienione trzy profile na Facebooku obserwuje łącznie ponad **130 tys. osób**.

Łączna ilość wyświetleń reklam to **12 mln**.



Dzieje się na Mazowszu



Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna



Moda na Mazowsze



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

## MARKETING INTERNETOWY

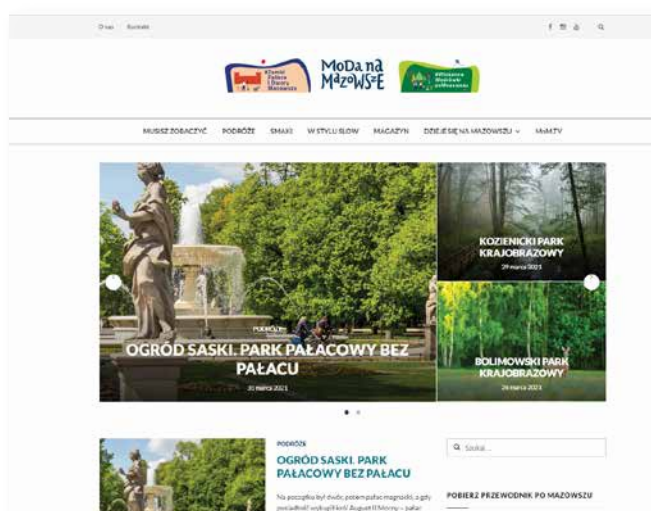
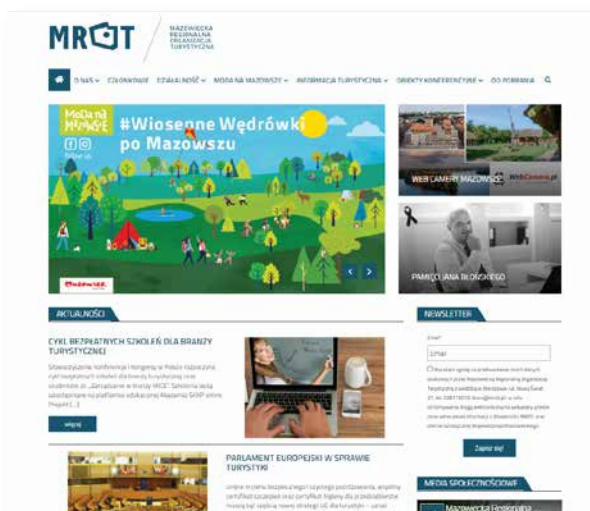
### Stała aktualizacja stron internetowych



Własne strony internetowe MROT to ważny element strategii komunikacyjnej. Na bieżąco aktualizowana jest stowarzyszeniowa strona internetowa mrot.pl, na której są publikowane informacje o działalności Organizacji, jej członków oraz branżowych wydarzeniach odbywających się na Mazowszu i w Polsce. Trafiają na nią również najważniejsze informacje przydatne dla samorządów, przedsiębiorców, organizacji oraz innych podmiotów zaangażowanych w rozwój turystyki.



W minionym roku opublikowano tutaj prawie **200 artykułów dotyczących branży turystycznej.**



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

## MARKETING INTERNETOWY

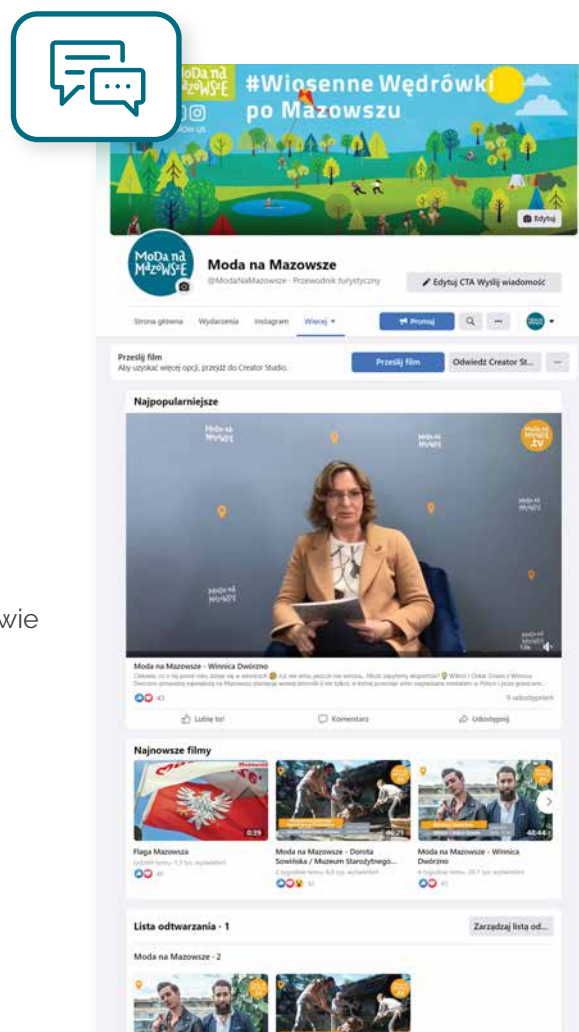
### Projekt „Rozmowy online” z członkami MROT



W 2020 r. wystartował nowy projekt MROT, który rozwijał się od prowadzonych online wywiadów z członkami Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej aż do stworzenia własnego studia telewizji internetowej Moda na Mazowsze TV, w którym przedstawiciele instytucji kultury, atrakcji turystycznych i zabytków opowiadają o historii, kulturze i ofercie turystycznej.

Od początku kwietnia do końca sierpnia, czyli w najgorętszym zazwyczaj okresie dla turystyki, zostało wyemitowanych 25 prowadzonych na żywo wywiadów z członkami MROT z następujących instytucji:

- 03.04. – Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu
- 08.04. – Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach
- 10.04. – Dwór Mościbrody
- 13.04. – Muzeum Wsi Radomskiej
- 15.04. – Młyn Gąsiorowo
- 17.04. – Mitowska Zagroda
- 22.04. – Zespół Mazowsze
- 24.04. – Zamek w Czersku
- 29.04. – Twierdza Modlin
- 06.05. – Łazienki Królewskie w Warszawie
- 08.05. – Muzeum Niepodległości w Warszawie
- 13.05. – Muzeum im. Kazimierza Pułaskiego w Warce
- 15.05. – Stowarzyszenie Nasza Wkra
- 20.05. – Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie
- 22.05. – Tor Modlin
- 27.05. – Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej Elektrownia w Radomiu
- 29.05. – Suntago - Park of Poland
- 03.06. – Muzeum Szlachty Mazowieckiej w Ciechanowie
- 10.06. – Gmina Mrozy
- 24.06. – Warszawska Kolej Dojazdowa
- 01.07. – Płocka Lokalna Organizacja Turystyczna
- 08.07. – gospodarstwa agroturystyczne
- 15.07. – Muzeum Regionalne w Kozienicach
- 12.08. – Festiwal Warszawa Singera



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


## MARKETING INTERNETOWY



### Akcja #podpowiadamyświęta

Akcja przeprowadzona w mediach społecznościowych (fb Dzieje się na Mazowszu, fb MROT) w dniach 1-18 grudnia 2020 r. wyszła naprzeciw trudnej sytuacji członków MROT w dobie obostrzeń związanych z pandemią. Polegała ona na promocji produktów i zachęcaniu do kupowania ich jako prezentów mikołajkowo-świątecznych oraz cateringu świątecznego.

Akcja spotkała się z bardzo pozytywnym odbiorem i sporym zainteresowaniem (w jednym przypadku poproszono nas nawet o wycofanie oferty cateringowej ze względu na zbyt dużą liczbę zamówień ;)



Łączny zasięg akcji **410 tys.**,  
łączna liczba **interakcji 3 850.**



### Akcja #ożywiamy Sztukę Mazowsza

Projekt „Ożywiamy Sztukę Mazowsza” polegał na zaproszeniu internautów do zabawy w odtworzenie i sfotografowanie sceny prezentowanej na jednym z dzieł znajdujących się w zbiorach mazowieckich instytucji, i zaprezentowaniu zdjęcia na Instagramie. Powstało w sumie 5 odcinków przygotowanych we współpracy z członkami MROT: Muzeum Wsi Radomskiej, Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu, Europejskim Centrum Artystycznym im. Fryderyka Chopina w Sannikach, Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie, Muzeum Niepodległości w Warszawie.



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

## MARKETING INTERNETOWY Stała publikacja newsletterów



Newsletter MROT skierowany do grupy 650 odbiorców branżowych i członków Organizacji wysyłany jest systematycznie w każdy piątek. W poście znajdują się najważniejsze informacje wybrane z całego tygodnia dotyczące działań podejmowanych przez MROT, aktualne informacje branżowe oraz newsy dotyczące trendów w turystyce krajowej i zagranicznej. Szczególnie ważną rolę newsletter odgrywał podczas pandemii COVID-19, kiedy za jego pośrednictwem przekazywano bieżące informacje o wprowadzanych obostrzeniach oraz o wsparciu dla branży, a także realizowanych przez różne podmioty projektach.



### MROT CORAZ SKUTECZNIEJ PROMUJE SWOICH CZŁONKÓW W SIECI

W tym trudnym - szczególnie dla turystyki - okresie pandemii wsparć z nas jest tylko może spróbować swoje działania do internetu. Dla turystyki, przedsiębiorców, działy, producenta i polskojęzyczny z proposali międzynarodowej promocyja atrakcje Mazowsza na tygodniach, które możemy napisać warunki realizacji. A jest to nie tylko bardzo skuteczna sprawa, ale również bardzo skuteczna sprawa, w której każdy może się zaangażować i być aktywnym uczestnikiem.

Czytaj więcej



### KOLONIE DLA DZIECI POWINNY SIĘ ODDYĆ

Trzeba natychmiast skoordynować z Ministerstwem Edukacji kwestię letniego wypoczynku dzieci i młodzieży - przez wakacje. Żyjemy w takich warunkach, że trzeba być bardzo ostrożnym w organizowaniu imprez i imprez. Nie należy organizować imprez w miejscach, które nie są odpowiednio przygotowane do przyjęcia dzieci i młodzieży. A dzieci nie mogą się zająć, do rodziców kończą się imprezy.

Czytaj więcej



### NIE MA PODSTAW PRAWNYCH DO ODWOŁANIA WYCIĘCZEK DZIECI I MŁODZIEŻY

Wakacje już tuł, gospodarka jest odciążona a nadal nie wiemy co z wyjazdami dzieci i młodzieży. Nie ma podstaw do zakazu, nie ma podstaw do zakazu, nie ma podstaw do zakazu. Ministerstwo nie chce powołać się na swoją rolę. Ministerstwo nie chce powołać się na swoją rolę. Ministerstwo nie chce powołać się na swoją rolę.

Czytaj więcej



### BRIEFING PRASOWY – OPOCZNIŃ NA MAZOWSZU!

Samorząd województwa zaprosił do spędzenia części letnich wakacji na Mazowszu z rodziny i przyjaciółmi, aby zobaczyć Mazowsze per Se. Razem z tym było słów. Rozmowa na temat Mazowsza per Se. Razem z tym było słów. Rozmowa na temat Mazowsza per Se.

Czytaj więcej



### CZY ZA 20 LAT BĘDZIEMY MIELI GDZIE JĘDZIĆ NA WAKACJE?

Dorota Żabłowska - Dyrektorka Biura MROT w Warszawie jest jedną z panelistów w dyskusji ekspertów na wczorajszym forum. W dyskusji uczestniczyli m.in. Dorota Żabłowska, Dyrektorka Biura MROT w Warszawie.

Czytaj więcej



### OSTROŻNY OPTYZYMIZM PO SPOTKANIU Z JADWIGĄ EMILEWICZ

W Ministerstwie Rozwoju doszło do spotkania z liderkami przedsiębiorstw branży turystycznej. Spotkanie w Waszynie. W Ministerstwie Rozwoju doszło do spotkania z liderkami przedsiębiorstw branży turystycznej.

Czytaj więcej



### MROT PARTNEREM MIĘDZYNARODOWEGO PROJEKTU EDUKACYJNEGO

Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna została zaproszona jako partner międzynarodowego projektu edukacyjnego. Projekt edukacyjny.

Czytaj więcej



### TO BYŁA JAZDA - 9500 KM NIEJEDNYM ŚLADEM PO MAZOWSZU

W sobotę 10 października 2020 r. pomimo niekorzystnej pogody odbyła się przeprawa Rado. W sobotę 10 października 2020 r. pomimo niekorzystnej pogody odbyła się przeprawa Rado.

Czytaj więcej



### MAZOWSZE POMOGŁO BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Z utworzonej przez Samorząd Mazowsza pomocy finansowej na cele zdrowotne i turystyczne. Samorząd Mazowsza.

Czytaj więcej



### TRUDNE ROZMOWY O POMOCY DLA BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Zorganizowana z inicjatywą Biura MROT w Warszawie konferencja w Warszawie. Organizacja w Warszawie.

Czytaj więcej



### PONAD 200 OBIEKTÓW BEZPIECZNYCH HYGIENICZNIE

Wykazano kilka dni od rozpoczęcia akcji edukacyjnej. Wykazano kilka dni od rozpoczęcia akcji edukacyjnej.

Czytaj więcej



### POT DOFINANSOWUJE UDZIAŁ W TARGACH

W celu wsparcia branży turystycznej w czasie pandemii. W celu wsparcia branży turystycznej w czasie pandemii.

Czytaj więcej



### TRUDNA SYTUACJA W HOTELACH

Z należytym w honoru braniem pod uwagę. Z należytym w honoru braniem pod uwagę.

Czytaj więcej



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

## DZIAŁANIA PROMOCYJNE

### Produkcja materiałów fotograficznych i filmowych



W 2020 roku podjęto szereg działań promocyjnych w Internecie w oparciu o platformę do publikacji filmów YouTube oraz relacje w mediach społecznościowych i na stronach internetowych. W tym celu zrealizowano kilka spotów i filmów promujących takie miejsca na Mazowszu jak Kampinoski Park Narodowy czy miasto Pułtusk. Film o Pułtusku przez 5 miesięcy obejrzało ponad 3 tys. internautów. Powstały również krótkie spoty promujące przedsięwzięcia, których MROT była organizatorem lub współorganizatorem, jak kajakowa akcja sprzątania rzeki Wkry czy rajd motocyklowy „Niejednym Śladem po Mazowszu”.

MROT zrealizowała również sesje zdjęciowe w atrakcyjnych turystycznie miejscach na Mazowszu. Powstały przy tej okazji relacje blogerskie do mediów społecznościowych, m.in. z Wyszogrodu, Czerska, a także z obchodów VII Międzynarodowego Turnieju Smaków na Zamku w Liwie.

Ponadto na Fb i stronach internetowych MROT pojawiły się liczne artykuły, które wykorzystywały zrobione podczas sesji zdjęcia mazowieckich krajobrazów, miast oraz instytucji kultury.

- ✓ Pułtusk – film promocyjny
- ✓ Kampinos – krótki spot promocyjny
- ✓ Czysta Wkra – krótki spot promocyjny
- ✓ Czersk – relacja blogerska na fb MROT, zdjęcia, krótki film promocyjny
- ✓ Wyszogród – relacja blogerska na fb MROT, zdjęcia, krótki film promocyjny
- ✓ relacja blogerska z VII Międzynarodowego Turnieju Smaków na Zamku w Liwie



## II. UTRZYMANIE I ROZWÓJ MAZOWIECKIEGO SYSTEMU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

Od wielu lat MROT pełni funkcję koordynatora Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznej, który jest kluczem do sukcesu w tworzeniu pozytywnego wizerunku regionu oraz istotnym elementem procesu komunikowania się z rynkiem. Od informacji turystycznej zależy, w jaki sposób turyści wykorzystają swój czas na Mazowszu, a to z kolei przekłada się na stopień ich zadowolenia z pobytu oraz powtarzalność wizyt.

MROT podejmuje stałe działania związane z administrowaniem i aktualizacją regionalnych portali internetowych ([www.mazowsze.travel](http://www.mazowsze.travel), [www.dziedzictwomazowska.pl](http://www.dziedzictwomazowska.pl)). Dbą również o wyposażenie centrów i punktów informacji turystycznej w analogowe materiały promocyjne, które od lat cieszą się niestabną popularnością wśród turystów, stanowiąc jednocześnie profesjonalne narzędzia pracy informatorów turystycznych.

Realizacja szkoleń dla pracowników centrów i punktów informacji turystycznej na Mazowszu to kolejne stałe działanie zmierzające do profesjonalizacji obsługi ruchu turystycznego w województwie. W dobie pandemii MROT postawiła na media cyfrowe, a przede wszystkim na działania podejmowane w mediach społecznościowych, w szczególności niewymagające dodatkowego finansowania i reklamy płatnej.

### Administrowanie i aktualizacja regionalnych portali internetowych

MROT podejmuje stałe działania związane z administrowaniem i aktualizacją regionalnych portali internetowych ([www.mazowsze.travel](http://www.mazowsze.travel), [www.dziedzictwomazowska.pl](http://www.dziedzictwomazowska.pl)).

### Działalność Kapituły Turystycznych Znaków Drogowych Województwa Mazowieckiego

Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna, poprzez działalność Kapituły Turystycznych Znaków Drogowych Województwa Mazowieckiego, koordynuje i rozwija oznakowanie samochodowych szlaków turystycznych znakami e22. Oznakowanie dojazdu do najważniejszych atrakcji turystycznych poprawia ich dostępność, co znacząco wpływa na wzrost intensywności ruchu turystycznego w regionie. W chwili obecnej MROT utrzymuje oznakowanie dojazdu do ponad 60 atrakcji turystycznych na prawie 1 tys. km szlaków samochodowych. Działania w zakresie utrzymania infrastruktury drogowej wymaga co roku przeprowadzania audytów drogowych oraz stałej konserwacji znaków drogowych tj.: napraw, wymiany i aktualizacji. Ponadto Kapituła zajmuje się konsultowaniem i opiniowaniem projektów organizacji ruchu drogowego przy wdrażaniu oznakowania turystycznego w poszczególnych gminach i powiatach.





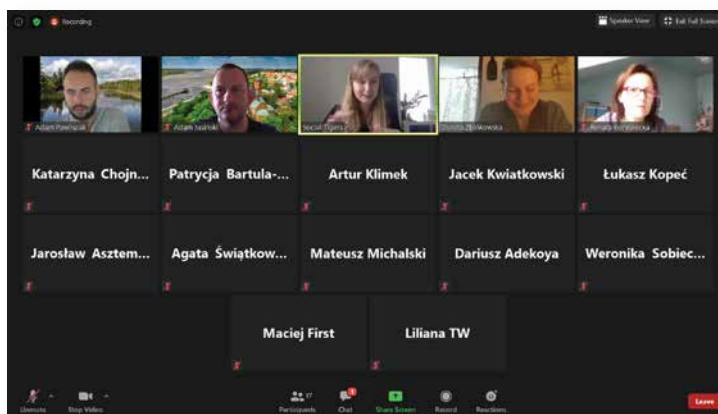
## II. UTRZYMANIE I ROZWÓJ MAZOWIECKIEGO SYSTEMU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ



### Szkolenia dla informatorów turystycznych

Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną zorganizowały szkolenie dla informatorów punktów i centrów informacji turystycznej na Mazowszu. Szkolenie miało na celu podniesienie kompetencji pracowników oraz dostarczenie im wiedzy przydatnej w codziennej pracy dla jeszcze lepszej promocji Mazowsza. Tematami szkolenia były: „Zasięgi organiczne na Facebooku”, „Budowanie społeczności w grupach na Facebooku”, „Warsztat z Instagrama”.

Szkolenia prowadzili trenerzy z wiodącej na rynku firmy Social Tigers specjalizującej się w prowadzeniu działań promocyjnych przy pomocy konkretnych mediów społecznościowych. Każde ze szkoleń składało się z części teoretycznej oraz praktycznej, w trakcie której uczestnicy warsztatów mogli sprawdzić, jak wykorzystać świeżo zdobytą wiedzę dotyczącą zarówno planowania promocji, jak i redagowania wpisów oraz innych działań, które pozwalają dotrzeć do jak największej grupy odbiorców. W związku z zagrożeniem epidemicznym związanym z COVID-19 szkolenie odbyło się w formule online.



### III. DZIAŁANIA ZWIĄZANE ZE WSPARCIEM ROZWOJU BRANŻY SPOTKAŃ NA MAZOWSZU



Rok 2020 był trudnym rokiem szczególnie dla branży spotkań, która bardzo dotkliwie odczuła skutki pandemii COVID-19. Pomimo tego MROT podjęła działania wspierające ten sektor w ramach przygotowania do ponownego rozpoczęcia działalności w okresie postpandemicznym. Dostrzegając ogromny potencjał regionu w zakresie rozwoju turystyki biznesowej, Organizacja skoncentrowała się na przygotowaniach do utworzenia Mazovia Convention Bureau. Poddano m.in. digitalizacji katalog obiektów konferencyjnych w języku polskim i angielskim oraz umieszczono ten zasób na stronie internetowej.



## IV. WSPIERANIE ROZWOJU INICJATYW TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA



Mimo pandemii, w roku 2020 MROT nadal realizowała program na rzecz rozwoju inicjatyw i produktów turystycznych poprzez działania doradcze oraz marketingowe.

W tym zakresie warto podkreślić wsparcie turystyki na obszarach wiejskich. Podczas realizacji projektu finansowanego ze środków UE w ramach Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich pt. „Promocja najciekawszych obiektów turystyki wiejskiej na Mazowszu” został opracowany i opublikowany przewodnik „Mazowiecka wieś zaprasza”, powstało 20 spotów promocyjnych dla poszczególnych obiektów, oraz film promocyjny prezentujący potencjał turystyczny na obszarach wiejskich na Mazowszu. Odbyta się także konferencja online, podczas której zaprezentowano 20 wybranych gospodarstw oraz wykłady ekspertów w zakresie skutecznego marketingu internetowego w działalności obiektów agroturystyki i turystyki wiejskiej, prezentacji dobrych praktyk w zakresie rozwoju produktów turystyki wiejskiej, promocji agroturystyki i turystyki wiejskiej poprzez wydarzenia.



## IV. WSPIERANIE ROZWOJU INICJATYW TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA



### DZIAŁANIA W ZAKRESIE UTRZYMANIA TRWAŁOŚCI PROJEKTÓW

#### Szlaki Turystyczne Dziedzictwa Kulturalnego Mazowsza

Szlaki Dziedzictwa Mazowsza zostały oznakowane przez MROT znakami drogowymi e22, a w ważnych pod względem historycznym miejscach umieszczono tablice informacyjne. W roku sprawozdawczym przeprowadzono audyt oznakowania szlaków turystycznych znakami e22.

Podróż po szlakach Dziedzictwa Mazowsza jest dla turystów atrakcyjna i wygodna dzięki przewodnikom przygotowanym i wydanych przez MROT. W 2020 r. dodruki publikacji i nowe wersje językowe dystrybuowane były w punktach Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznej, a także na stronie internetowej [dziedzictwomazowsza.pl](http://dziedzictwomazowsza.pl), skąd można je pobrać bezpłatnie w formacie pdf.

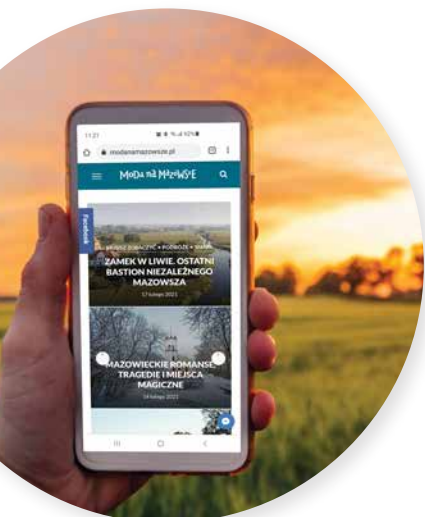


## IV. WSPIERANIE ROZWOJU INICJATYW TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA



### DZIAŁANIA W ZAKRESIE UTRZYMANIA TRWAŁOŚCI PROJEKTÓW

#### Moda na Mazowsze – innowacyjna oferta regionu



Zainicjowany w 2015 r. projekt promocyjny Moda na Mazowsze jest obecnie najpopularniejszym źródłem informacji o ofercie turystycznej Mazowsza. Składa się z kilku elementów: serwisu internetowego modanamazowsze.pl, profilu Moda na Mazowsze na Facebooku, profilu Moda na Mazowsze na Instagramie, profilu filmowego na YouTube oraz wydawanego kilka razy w roku magazynu turystycznego „Moda na Mazowsze”. Wszystkie te narzędzia marketingowe tworzą rozbudowany, praktyczny przewodnik po Mazowszu i Warszawie, który dociera do różnorodnych odbiorców wieloma kanałami. Moda na Mazowsze adresowana jest do osób szukających aktywnego wypoczynku, jak i do miłośników stylu slow, osób podróżujących samotnie, w duecie, jak i do rodzin z dziećmi oraz rodzin wielopokoleniowych i seniorów.

Serwis internetowy modanamazowsze.pl w sezonie turystycznym odwiedziło prawie 60 tys. internautów. Profil Moda na Mazowsze na Facebooku jest obserwowany przez 82 tys. użytkowników i ma ponad 2 mln 700 tys. odbiorców rocznie.

Bliźniaczy profil na Instagramie, na którym promowane są najciekawsze obiekty oraz inspiracje zachęcające do podróży po Mazowszu, obserwuje prawie 20 tys. osób (liczba postów: 327, liczba kont, do których dotarliśmy w 2020 r. – ponad 3 mln 400 tys.).

Profil Mody na Mazowsze na YouTube został uruchomiony w pierwszych tygodniach pandemii. Obecnie zawiera blisko sto filmów i klipów zrealizowanych przez MROT, m.in. wywiady i audycje telewizji internetowej Moda na Mazowsze TV, klipy promujące Mazowsze i dwa cykle o legendach Mazowsza.

Drukowany magazyn turystycznych „Moda na Mazowsze” dystrybuowany jest w Mazowieckim Systemie Informacji Turystycznej i dociera z ofertą turystyczną do kilkudziesięciu tysięcy odbiorców (łączny nakład – 60 tys. egz.).



## IV. WSPIERANIE ROZWOJU INICJATYW TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA



### DZIAŁANIA W ZAKRESIE UTRZYMANIA TRWAŁOŚCI PROJEKTÓW

#### Dzieje się na Mazowszu

Projekt Dzieje się na Mazowszu jest odpowiedzią na zapotrzebowanie mieszkańców zainteresowanych wydarzeniami kulturalnymi, sportowymi i turystycznymi odbywającymi się na terenie województwa mazowieckiego. MROT zarządza i administruje największą regionalną bazą wydarzeń w Internecie, zawierającą ponad 1 tys. imprez skierowanych do różnych grup odbiorców.

Projekt obejmuje ponadto działania w mediach społecznościowych fb/dziejesięnaMazowszu, gdzie śledzi go ponad 50 tys. użytkowników. W ramach przedsięwzięcia realizowany jest również program telewizyjny internetowej Dzieje się na Mazowszu, w którym organizatorzy imprez mają możliwość promocji swoich wydarzeń. Dzieje się na Mazowszu jest także doskonałą przestrzenią do promocji innych inicjatyw mających wpływ na promocję i pozytywny wizerunek regionu. Śladami Legend Mazowsza to projekt videopodcastów, którego celem jest inwentaryzacja i upowszechnianie wiedzy na temat legend i baśni związanych mazowieckimi miejscowościami i atrakcjami turystycznym. Do dnia dzisiejszego na naszym kanale na YouTube, zaprezentowaliśmy prawie 50 niesamowitych historii i dotarliśmy do 390 tys. odbiorców.



Łącznie projekt Dzieje się na Mazowszu dociera z informacjami do prawie **1 mln użytkowników rocznie.**



## 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

### MEDIA RELATIONS

Rok 2020 był kolejnym rokiem intensywnej współpracy z mediami, dzięki której nawiązano bardzo dobre relacje służące promocji turystycznej Mazowsza. W ramach tej działalności Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna dbała o wizerunek regionu, swoich członków i Organizacji w mediach oraz działaniach public relations. Kontynuacja obsługi public relations zaowocowała wzrostem rozpoznawalności Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej w Internecie, prasie, radiu i telewizji.



Ze względu na ograniczenia kontaktów bezpośrednich z powodu epidemii COVID-19 podstawowym narzędziem wykorzystywanym w media relations były w tym okresie specjalnie dedykowane newslettery skierowane do dziennikarzy i redakcji.

Dzięki dobrej współpracy w mediach wielokrotnie prezentowane były atrakcje i produkty turystyczne, zapowiedzi wydarzeń, relacje oraz zrealizowane projekty ukierunkowane na rozwój turystyki na Mazowszu. Stałymi miejscami publikacji materiałów nt. działalności MROT i jej członków stały się łamy takich periodyków i serwisów jak Rzeczpospolita, Wiadomości Turystyczne, Wasza Turystyka, TTG Dziennik Turystyczny, Tour-Info.

Do najważniejszych materiałów, które ukazały się w mediach można zaliczyć:

- ✓ program telewizyjny „Niejednym śladem po Mazowszu” – w TVP3,
- ✓ zapowiedzi w TVP3 dotyczące rajdu „Niejednym śladem po Mazowszu” oraz akcji „Czysta Wkra”,
- ✓ objęcie organizowanych imprez patronatem TVP3,
- ✓ wywiad w Radiu dla Ciebie dotyczący walorów i atrakcji turystycznych Mazowsza oraz przewodnika „Odpocznij na Mazowszu”,
- ✓ wypowiedź dla miesięcznika Samorządu Województwa Mazowieckiego „Mazowsze serce Polski”,
- ✓ artykuł w Wiadomościach Turystycznych dotyczący turystyki na obszarach wiejskich,
- ✓ artykuł w Wiadomościach Turystycznych dotyczący turystyki edukacyjnej dzieci i młodzieży,
- ✓ artykuł w Wiadomościach Turystycznych prezentujący projekt „Promocja najciekawszych obiektów turystyki wiejskiej na Mazowszu”,
- ✓ artykuł w magazynie Osobowości i Sukcesy prezentujący projekt „Promocja najciekawszych obiektów turystyki wiejskiej na Mazowszu”.

# 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

## PUBLIC RELATIONS W KOMUNIKACJI KORPORACYJNEJ

Obok kontaktów z mediami równie istotnym aspektem jest komunikacja korporacyjna wewnątrz Organizacji. W ramach tych działań wykorzystywano sprawdzone narzędzia komunikacji, dzięki którym możliwe było stałe informowanie członków MROT i przedstawicieli branży poprzez:

- ✔ systematycznie aktualizowaną korporacyjną stronę internetową [www.mrot.pl](http://www.mrot.pl),
- ✔ publikowanie postów z aktualnościami w kanale [www.Facebook.com/Mazowiecka.Regionalna.Organizacja.Turystyczna](http://www.Facebook.com/Mazowiecka.Regionalna.Organizacja.Turystyczna),
- ✔ cotygodniowy newsletter MROT skierowany do grupy 650 odbiorców branżowych i członków MROT.



### PR I MEDIA RELATIONS W LICZBACH

**650** średnia liczba odbiorców newslettera MROT

**400** nowych zdjęć w bazie danych MROT

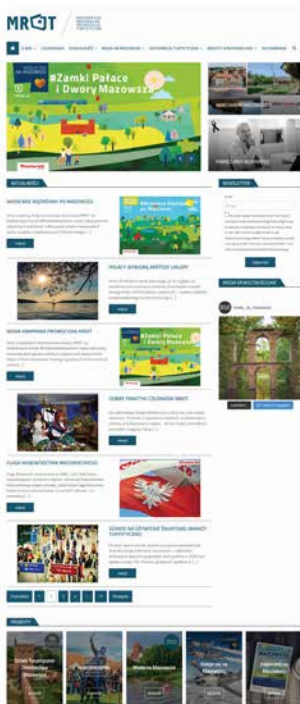
**350** postów na Facebooku mrot

**194** artykuły na portalu mrot.pl

**30 minut** programu telewizyjnego z wielokrotną emisją powtórek

**45** wysłanych newsletterów

**65** dziennikarzy i redakcji w bazie stałych kontaktów





# 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

## DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z MONITOWANIEM SYTUACJI W BRANŻY

Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna od początku pandemii podejmuje działania wspierające członków organizacji oraz całą branżę turystyczną w województwie mazowieckim.

Monitorowanie sytuacji i trendów na rynku turystycznym Polski i świata, przygotowanie artykułów na najbardziej interesujące tematy w tej dziedzinie, uczestniczenie w konferencjach, seminariach oraz webinarach, współpraca i wymiana informacji w ramach Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych – to stałe działania MROT. Organizacja śledzi na bieżąco przedsięwzięcia rządowe w dziedzinie turystyki, dzieli się aktualną wiedzą na temat sytuacji, podejmowanych działań, stanowisk różnych sektorów z branżą turystyczną Mazowsza.

MROT aktywnie uczestniczyła m.in. w certyfikacji obiektów hotelowych w Warszawie i na Mazowszu w ramach projektu „Bezpieczny obiekt” realizowanego we współpracy z POT oraz działaniach informacyjnych związanych z wprowadzaniem Ustawy o Polskim Bonie Turystycznym (analiza ustawy, przygotowanie informacji do artykułu na strony i do mediów prowadzonych przez MROT, przygotowanie pytań do webinaru prowadzonego przez POT i ZUS dot. bonu turystycznego, aktywny udział w ww. webinarze).

Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna jest otwarta na nowe trendy w turystyce. Na bieżąco śledzi i upowszechnia rozwiązania odpowiadające nowym trendom w gospodarce turystycznej i okoturystycznej. Zadaniem stowarzyszenia jest transfer pozyskiwanej wiedzy i doświadczenia w całym województwie mazowieckim.

W 2020 r. w tym zakresie zrealizowano następujące projekty:

**1. ESTET** – Włączanie kompetencji z zakresu zrównoważonego rozwoju w kształcenie i szkolenia dotyczące turystyki. Projekt jest finansowany ze środków UE w ramach programu Erasmus+ i realizowany przez 7 partnerów z Polski, Macedonii, Irlandii, Bułgarii, Włoch i Francji. Ma na celu wzmocnienie pozycji podmiotów prowadzących kształcenie i szkolenie zawodowe w całej Europie, aby dostosować edukację i szkolenie w zakresie turystyki do nowych trendów rozwoju branży turystycznej poprzez włączenie umiejętności w zakresie zrównoważonego rozwoju do programów nauczania realizowanych za pomocą innowacyjnych praktyk.

Ogólnym celem projektu jest umożliwienie organizatorom kształcenia i szkolenia zawodowego w całej Europie dostosowania edukacji i szkoleń turystycznych do nowych trendów rozwoju branży turystycznej. Chodzi o włączenie umiejętności z zakresu zrównoważonego rozwoju do programów nauczania dostarczanych poprzez innowacyjne praktyki nauczania.

Projekt jest skierowany przede wszystkim do nauczycieli, trenerów oraz mentorów w zakresie szkolenia zawodowego, studentów, słuchaczy oraz innych uczestników procesu kształcenia w obszarze turystyki. Drugą grupą beneficjentów projektu jest sektor turystyczny, organizacje pozarządowe, oraz inni interesariusze rynku działający w obszarze edukacji.

# 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

## DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z MONITOWANIEM SYTUACJI W BRANŻY

### 2. „Dobre praktyki w promocji i zarządzaniu markami terytorialnymi”

Projekt realizowany we współpracy z Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych, współfinansowany przez Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii, MROT i FROT.

Celem projektu jest transfer wiedzy w zakresie zarządzania regionalnymi markami turystycznymi/destynacjami turystycznymi, w szczególności przy wykorzystaniu praktyk zagranicznych. Konferencja, której celem było zaprezentowanie przykładów dobrych praktyk z Ukrainy, Czech oraz szlaków turystyki kulinarnej, zrealizowana została w formule online 3 grudnia 2020 r.

## DZIAŁANIA DORADCZE I CONSULTINGOWE

1. Opiniowanie projektów organizacji ruchu do wdrożenia turystycznego oznakowania drogowego dla Miasta Ciechanów oraz Nowy Dwór Mazowiecki.
  2. Certyfikacja 8 obiektów hotelowych w Warszawie i na Mazowszu w ramach projektu „Bezpieczny obiekt” realizowanego we współpracy z POT.
  3. Turystyczna Szkoła – projekt Polskiej Organizacji Turystycznej pod patronatem Ministerstwa Edukacji Narodowej.
  4. Dzielenie się wiedzą ekspercką i transfer know-how w zakresie organizacji turystyki wiejskiej w Polsce i na Mazowszu poza granicami Polski – m.in. Konferencja branżowa estońskiej Sieci Obszarów Wiejskich.
  5. Udział w wielu panelach eksperckich i webinarach w charakterze ekspertów.
- Eksperti MROT w swojej codziennej działalności dzielą się wiedzą ekspercką i doświadczeniem ze wszystkimi interesariuszami rynku turystycznego Mazowsza. Świadczą doradztwo w obszarze rozwoju produktów turystycznych, marketingu terytorialnego, informacji turystycznej, działań realizowanych w przestrzeni turystycznej oraz wielu innych obszarach związanych z turystyką. Jako eksperci uczestniczą w wielu panelach, webinarach oraz konferencjach branżowych.

## DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z REALIZACJĄ PROJEKTÓW FINANSOWANYCH ZE ŹRÓDEŁ ZEWNĘTRZNYCH

1. Promocja najciekawszych obiektów turystyki wiejskiej na Mazowszu – projekt finansowany ze środków UE w ramach Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich.
2. ESTET – Włączanie kompetencji z zakresu zrównoważonego rozwoju w kształcenie i szkolenia dotyczące turystyki. Projekt finansowany ze środków UE w ramach programu Erasmus+.
3. „Dobre praktyki w promocji i zarządzaniu markami terytorialnymi” – projekt współfinansowany przez Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii, MROT i FROT.
4. Projekt „Śladami legend Mazowsza” – dofinansowanie z Narodowego Centrum Kultury.
5. Szkolenie dla pracowników informacji turystycznej – projekt współfinansowany przez POT i MROT.
6. „Szlaki Turystyczne Dziedzictwa Kulturowego Mazowsza” – projekt finansowany ze środków Samorządu Województwa Mazowieckiego.
7. Bezpieczny Obiekt – projekt dofinansowany przez Polska Organizację Turystyczną.

## 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

### REALIZACJA PLANU FINANSOWEGO

---

Plan finansowy Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej na 2020 rok stanowił podsumowanie przychodów i wydatków MROT związanych z realizacją przyjętego Planu działalności na rok 2020.

30 lipca 2020 roku Walne Zebranie MROT zatwierdziło Plan finansowy na rok bieżący. Zakładał on osiągnięcie przychodów i wydatków na poziomie 2 310 tys. zł, w tym przychody 2 060 tys. zł z tytułu składek członkowskich oraz z tytułu pozyskania dotacji w wysokości 250 tys. zł.

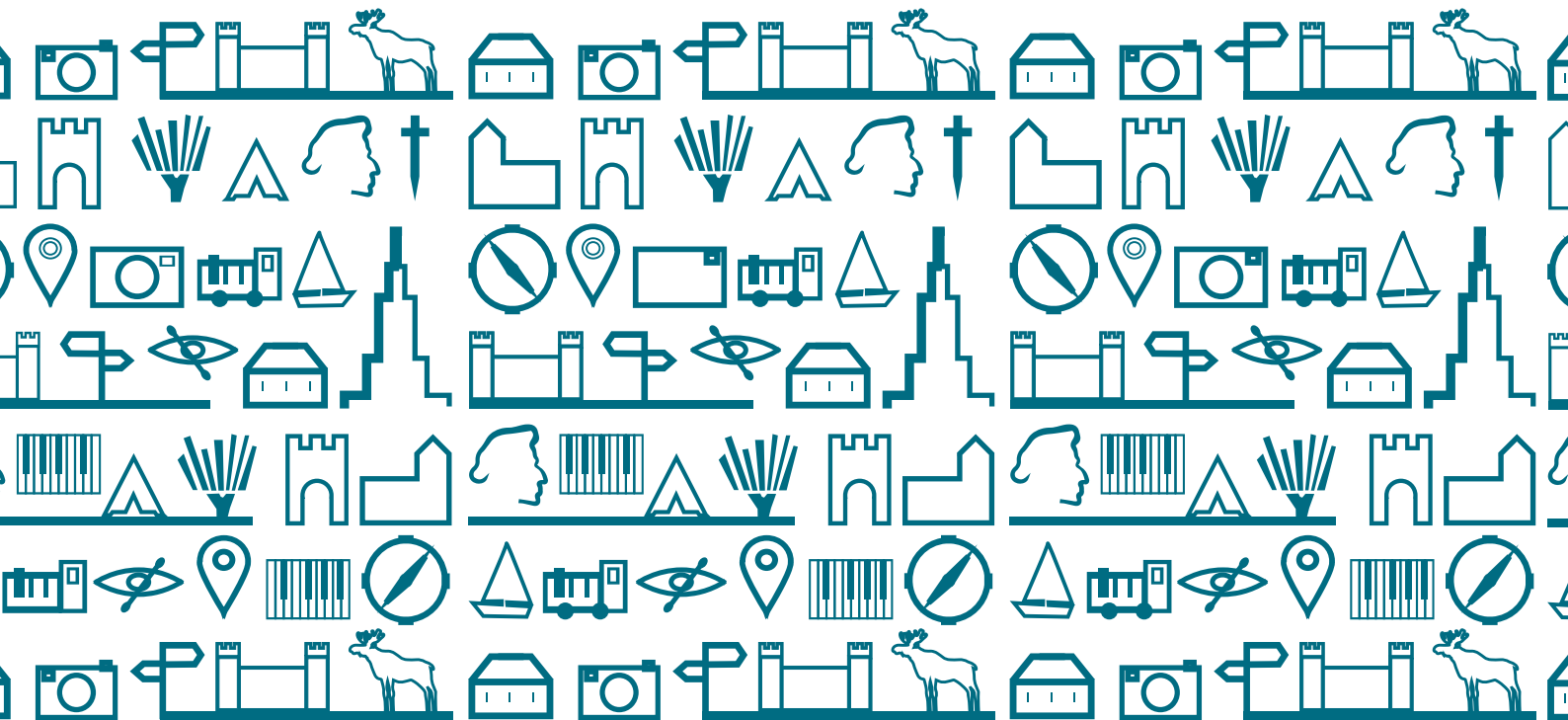
Struktura finansowania działalności MROT zakładała zwiększenie przychodów z tytułu pozyskiwania zewnętrznych źródeł finansowania projektów oraz pozyskania nowych członków.

Dla porównania w roku 2018 r. wysokość planowanych przychodów plasowała się na poziomie 1 492 tys. zł wraz z planowanym dofinansowaniem projektów ze źródeł zewnętrznych, w roku 2019 – na poziomie 2 055 200 zł.

Faktyczna wysokość wpływów w roku 2020 osiągnęła poziom 2 072 101,90 zł, w tym dofinansowanie 6 projektów na łączną kwotę 236 021,80 zł. Były to projekty dofinansowane ze środków Samorządu Województwa, Narodowego Centrum Kultury w ramach programu Kultura w sieci, środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, środków Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii, realizowanego w ramach porozumienia z Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych oraz ze środków Polskiej Organizacji Turystycznej.

Sprawozdanie finansowe za rok 2020 świadczy, że sytuacja finansowa MROT jest dobra i stabilna.

Wynik rozliczenia rocznego wynosi 393 028,13 złotych.



Mazowiecka Regionalna  
Organizacja Turystyczna

✉ ul. Nowy Świat 27/2  
00-029 Warszawa

☎ 22 877 20 10

➡ [www.mrot.pl](http://www.mrot.pl)