

Plan działalności Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej na rok 2025

Warszawa, kwiecień 2025

WPROWADZENIE

Plan działalności na 2025 r. jest planem kontynuacji i rozwoju w kontekście wykorzystania wszystkich dokonań i dalszego realizowania działań długofalowych uznanych za właściwe oraz strategią zmian w kontekście dostosowania rozwoju turystyki na Mazowszu do zmieniających się warunków otoczenia zewnętrznego oraz nowych wymagań stawianych przez członków MROT.

W związku z powyższym podstawę do zaplanowania działań opisanych w dokumencie stanowią:

- ewaluacja działalności MROT w latach 2022 -2024,
- wykorzystanie najlepszych doświadczeń i osiągnięć MROT w ostatnich latach na podstawie wskaźników obiektywnych oraz pojedynczych ocen członków MROT,
- ocena zobowiązań wynikających ze zrealizowanych i realizowanych projektów,
- zebranie opinii i oczekiwań od członków MROT,
- ocena możliwości finansowych i organizacyjnych, w tym kadrowych MROT,
- zapisy *Strategii rozwoju turystyki w województwie mazowieckim na lata 2023-2027*.

Ważnym czynnikiem wpływającym na zakres planowanych na 2025 r. działań było III Forum MROT i zgłoszone na nim pomysły na wspólne projekty rozwijające i promujące turystykę.

Po analizie zgłoszonych podczas Forum pomysłów zespół MROT wyodrębnił zbiór projektów, które mogą stanowić uzupełnienie i inspiracje do działań w roku 2025 i latach następnych.

Poniżej lista projektów wraz z propozycją działania w przyszłości wg poszczególnych obszarów

OBSZAR 1. City Break	Rekomendacje MROT
Mazowiecka karta turystyczna "Hello! Mazovia" – system zniżek dla turystów w instytucjach członkowskich MROT.	Projekt do weryfikacji po opracowaniu założeń i zasad działania
Interaktywna mapa Mazowsza – osadzona na portalach i blogach, zwiększająca widoczność regionu.	Do realizacji
Promocja Mazowsza na dużych wydarzeniach (np. Orange Warsaw Festival, Opener) – bezpośrednia komunikacja z szeroką publicznością.	Do realizacji

Sezonowe CITY BREAK np. w powiązaniu z jubileuszami miast – wzmacnianie rozpoznawalności regionu.	Do realizacji przez LOT-y, MROT może wspierać przygotowanie i promocję
Questy – gra terenowa – nowoczesna forma aktywizacji turystów i promocji miejsc – wzmacnianie rozpoznawalności regionu.	Narzędzie do wykorzystania na mniejszym obszarze (max. jedna gmina)

OBSZAR 2 - Camping i Caravanning	Rekomendacje MROT
Kamper Park Warszawa – kluczowy projekt dla turystyki caravanningowej.	Do realizacji przez m.st. Warszawa
Zweryfikowana mapa caravanningowa Mazowsza – ważna dla promocji regionu jako destynacji dla kamperowców.	Zrobiona
Oferta dla osób, które chcą spróbować caravanningu bez zakupu kampera – niszowa, ale rozwijająca się gałąź turystyki.	Projekt do weryfikacji po opracowaniu założeń i zasad działania, prawdopodobnie dla przedsiębiorcy.
Szkolenie „Jak otworzyć parking dla kampera” – wspieranie lokalnych przedsiębiorców.	Zrobione
Kampersystem – spójna infrastruktura i aplikacja dla caravanningu na Mazowszu.	Projekt do weryfikacji po opracowaniu założeń i zasad działania

OBSZAR 3 - Aktywnie na Mazowszu	Rekomendacje MROT
System atrakcji partnerskich „Mazovia Pass” – zniżki dla aktywnych turystów.	Projekt do weryfikacji po opracowaniu założeń i zasad działania

Mapa atrakcji dla turystów aktywnych z filtrami umożliwiającymi wybór aktywności – kompleksowe narzędzie informacyjne.	Do realizacji
Kampania promocyjna parków rozrywki i atrakcji dla dzieci – skuteczna forma przyciągania rodzin.	Do realizacji
Certyfikaty „Miejsca przyjazne rowerzystom/motocyklistom/caravaningowcom” – poprawa infrastruktury dla turystów aktywnych.	Projekt do opracowania założeń i zasad działania
Mazowieckie Forum Rowerowe – integracja środowiska rowerowego i rozwój oferty turystycznej.	Do realizacji w 2025 lub 2026 w zależności od możliwości organizacyjnych i finansowych

OBSZAR 4 - Wrota Historii	Rekomendacje MROT
Zebranie legend Mazowsza i publikacja podcastów – atrakcyjna forma popularyzacji historii regionu.	Projekt planowany do realizacji przez Samorząd Województwa Mazowieckiego
Organizacja 1-dniowych wycieczek objazdowych po Mazowszu – szybka i efektywna forma zwiedzania.	Do realizacji przez biuro podróży
Porządkowanie i uzupełnianie oznaczeń szlaków historycznych – podniesienie jakości infrastruktury turystycznej.	Do realizacji w zakresie uzależnionym od finansowania
Tworzenie szlaków historycznych po Mazowszu – bazujących na postaciach historycznych.	Projekt możliwy do ew. realizacji po sprawdzeniu potencjału turystycznego i nie wcześniej niż po 2026 roku.

Study tour dla instytucji historycznych na Mazowszu – zwiększanie zainteresowania regionem.	Projekt do opracowania założeń i zasad działania
---	---

OBSZAR 5. Industrialne Mazowsze	Rekomendacje MROT
Regionalny szlak industrialny – połączenie różnych obiektów w spójną ofertę.	Do realizacji projektu potrzebny jest jeden operator produktu/szlaku.
Zwiedzanie działających zakładów z nowoczesnymi liniami produkcyjnymi – atrakcja dla turystyki przemysłowej.	Do realizacji przez zakłady.
Koordinacja dni otwartych w obiektach industrialnych – poprawa dostępności do ciekawych miejsc.	Do realizacji projektu potrzebny jest jeden operator produktu/szlaku.
Zwiedzanie przy użyciu okularów VR – nowoczesna forma promocji regionu.	Nie planujemy, zapraszamy do wyjazdu w teren.
Wycieczki tematyczne po obiektach industrialnych – m.in. kolejowe, rzeczne i motoryzacyjne.	Do realizacji przez biura podróży. MROT zaproponuje taką współpracę biur.

OBSZAR 6 - Folklor i Dziedzictwo Kulinarne	Rekomendacje MROT
Festiwal Smaków Mazowsza – centralne wydarzenie promujące kuchnię regionalną.	Do realizacji (prawdopodobnie w 2026)
Mapa kulinarna Mazowsza – prezentacja lokalnych producentów i produktów.	Do realizacji (prawdopodobnie w 2026)
Mazowiecki szlak kulinarny – kulinarna trasa łącząca różne części regionu.	Do realizacji

Promocja kuchni regionalnej w mediach – np. w programach telewizyjnych.	W zależności od budżetu. Do realizacji we współpracy z Samorządem Województwa najwcześniej w 2026 roku.
Festiwal Nalewek Dworskich – powiązanie kultury kulinarnej z historią regionu.	Do realizacji w ramach promocji szlaku kulinarnego, w ramach Festiwalu Smaków Mazowsza.
Kredens produktów regionalnych	Do realizacji po opracowaniu założeń i zasad funkcjonowania

OBSZAR 7 - Odpoczynek w Naturze i Turystyka Wiejska	Rekomendacje MROT
Akcja promocyjna „Samobranie” – zachęcanie do odwiedzania gospodarstw agroturystycznych.	Do realizacji
Promocja miejsc unplugged (bez zasięgu) – rozwój trendu „slow tourism”.	Pomysł do wykorzystania przez właścicieli obiektów
Agrokarawaning – promocja turystyki wiejskiej w połączeniu z caravaningiem.	Projekt do opracowania założeń i zasad działania
Oferta dla dzieci – kontakt ze zwierzętami, zagrody edukacyjne – edukacja i zabawa w jednym.	Pomysł do wykorzystania przez właścicieli obiektów
Warsztaty survivalowe i zielarskie w terenie – nawiązanie do tradycji i ekoturystyki.	Pomysł do wykorzystania przez właścicieli obiektów

OBSZAR 8 -Turystyka Biznesowa	Rekomendacje MROT
Spięcie wszystkich atrakcji turystycznych oraz obiektów konferencyjnych w województwie mazowieckim w jednym integratorze i portalu – zwiększenie dostępności oferty dla firm. Strona zostanie wzbogacona o przykłady scenariuszy dla wyjazdów motywacyjnych, pomysłów z aktywnościami dla grup oraz ofertami na czas wolny podczas eventu	Realizowane na stronie www.mazoviaconvention.pl .
Biznesowe Wrota Mazowsza – wysoko pozycjonowany portal – wsparcie turystyki MICE	Realizowane na stronie www.mazoviaconvention.pl .
Oferta na czas wolny podczas eventów – uzupełnienie konferencji o atrakcje turystyczne	Do realizacji jako opracowanie zestawów scenariuszy dla organizatorów spotkań oraz biznesowych turystów indywidualnych
Warsztaty kulinarne i rękodzielnicze dla biznesu – urozmaicenie spotkań integracyjnych, promocja mazowieckiego folkloru	Do realizacji jako uzupełnienie oferty na www.mazoviaconvention.pl
Unstress – propozycja różnorodnych aktywności terenowych, podchodów i survivali dla grup biznesowych – innowacyjne podejście do team-buildingu.	Do realizacji jako uzupełnienie oferty na www.mazoviaconvention.pl

Łączne podsumowanie pomysłów

Wybrane projekty dotyczą kluczowych aspektów turystyki Mazowsza – od aktywnej, historycznej i kulturalnej po biznesową i kulinarną. Te projekty są nie tylko wykonalne w krótkim czasie, ale również mają największy potencjał przyciągnięcia turystów i przyniesienia korzyści dla członków MROT.

Dominują projekty:

- Ułatwiające turystom dostęp do informacji (interaktywne mapy, aplikacje).
- Zwiększające atrakcyjność Mazowsza (festiwale, szlaki tematyczne).

- Realne do wdrożenia lub opracowania w ciągu roku, bo wymagają głównie organizacji i promocji, a nie dużych inwestycji infrastrukturalnych.

Strategia rozwoju turystyki w województwie mazowieckim na lata 2023-2027

Programy Strategii, w których Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna odgrywa szczególną rolę, ze względu na łączenie i godzenie interesów różnych samorządów, organizacji, instytucji i stowarzyszeń to:

- Program rozwoju kluczowych produktów turystycznych
- Program rozwoju potencjalnych produktów turystycznych
- Program Moda na Mazowsze
- Integracja systemu informacji turystycznej
- Program Laboratorium Inicjatyw Turystycznych (LIT)
- Program rozwoju i integracji turystyki biznesowej.

CELE NA 2025 ROK ORAZ ZASADY REALIZACJI PLANU

CELE

1. Stworzenie podstaw i warunków do rozwoju nowych produktów i inicjatyw turystycznych na Mazowszu.
2. Rozwój Mazovia Convention Bureau oraz wsparcie turystyki biznesowej na Mazowszu.
3. Utrzymanie pozycji lidera w zakresie kreowania polityki promocyjnej regionu w obszarze marketingu internetowego.
4. Przygotowanie bazy wiedzy do lepszego wspierania rozwoju i promocji turystyki na Mazowszu.
5. Wzmocnienie marki oraz wizerunku MROT m.in. poprzez budowanie relacji z członkami, potencjalnymi członkami oraz innymi interesariuszami rynku turystycznego Mazowsza.

Działalność MROT opisana w planie działalności na rok 2025 przyczyni się do osiągnięcia następujących celów długoterminowych:

- zwiększenia liczby turystów na Mazowszu,
- wsparcia rozwoju branży turystycznej,
- rozwoju turystyki biznesowej na Mazowszu,
- wsparcia rozwoju turystyki wewnątrzregionalnej,
- zbudowania marki Mazowsza na arenie międzynarodowej,
- stałego upowszechniania i promocji nowych trendów w turystyce.

KIERUNKI DZIAŁAŃ NA 2025 R.

KIERUNEK I Marketing turystyczny i promocja realizowanych projektów.

KIERUNEK II Mazowiecki System Informacji Turystycznej.

KIERUNEK III Inicjatywy turystyczne (LIT), produkty i marki turystyczne.

KIERUNEK IV Mazovia Convention Bureau - rozwój przemysłu spotkań.

KIERUNEK V Rozwój potencjału organizacyjnego MROT i jej członków.

I. MARKETING TURYSTYCZNY I PROMOCJA REALIZOWANYCH PROJEKTÓW

Obszar 1. Marketing internetowy

1. **Prowadzenie profili w mediach społecznościowych:**
 - a) Realizacja kampanii tematycznych.
 - b) Cykliczna publikacja postów i contentu video.
 - c) Interaktywne prezentacje atrakcji i relacje live z wydarzeń w regionie.
2. **Prowadzenie i stała aktualizacja serwisów internetowych:**
 - a) Regularna publikacja artykułów o atrakcjach turystycznych.
 - b) Regularna publikacja aktualności o wydarzeniach kulturalnych i turystycznych oraz współpraca z organizatorami lokalnych imprez w celu poszerzenia bazy wydarzeń Dzieje się na Mazowszu.
 - c) Opracowanie interaktywnej mapy atrakcji turystycznych Mazowsza.
 - d) Rozbudowa bazy zdjęciowej i materiałów wideo.
3. **Kreowanie i realizacja akcji promocyjnych:**
 - a) Współpraca z Samorządem Województwa Mazowieckiego przy kampanii promocyjnej regionu.
 - b) Realizacja letniej kampanii promocyjnej w ramach programu „Energia Młodości” (Strategia Rozwoju Turystyki WM).
 - c) Promocja turystyki aktywnej i carawaningowej pod hasłem „Kamperem po Mazowszu”.
 - d) Akcja „Poznajcie moje Mazowsze – Wakacje na Wsi” – promocja agroturystyki.
 - e) Akcja promocyjna „Samobranie” – promocja gospodarstw agroturystycznych, które umożliwiają zbieranie warzyw i owoców bezpośrednio z pola.
 - f) Mazowsze od Kuchni – promocja turystyki kulinarnej.
4. **Realizacja płatnych działań reklamowych** - kampanie Google Ads i social media.

Obszar 2. Telewizja internetowa

1. **Cykl programów „Dzieje się na Mazowszu”** – relacje z największych wydarzeń na terenie województwa mazowieckiego.
2. **Realizacja cyklu programów „MazoPoranki”** – prezentacja nieodkrytych atrakcji Mazowsza w ramach MazoPikników.
3. **Realizacja cyklu felietonów promocyjnych.**

Obszar 3. Realizacja projektów promocyjnych przy współpracy z partnerami

1. **Współpraca z Samorządem Województwa Mazowieckiego** – organizacja cyklu MazoPikników.
2. **Kooperacja z lokalnymi organizacjami turystycznymi** – wspólne kampanie i działania promocyjne.
3. **Organizacja konkursu fotograficznego „Podróże z flagą Mazowsza”**.
4. **Zakup mediów** - kampanie w prasie turystycznej i branżowej.
5. **Współpraca z influencerami** – kampania promocyjna z udziałem influencerów.
6. **Współpraca Patronacka** z organizatorami wydarzeń.

Obszar 4. Działalność wydawnicza

1. **Publikacja magazynu „Moda na Mazowsze”**
2. **Aktualizacja i druk map oraz przewodników:**
 - a) Mapa atrakcji turystycznych województwa mazowieckiego.
 - b) Mapa campingów i carawaningowa.
 - c) Kajakowe szlaki Mazowsza.
 - d) Atlas szlaków rowerowych.
 - e) Mapa plaż i kąpielisk.
3. **Opracowanie wydawnictw tematycznych:**
 - a) Opracowanie mini-przewodników: „Industrialne Mazowsze”, „Szlak Książąt Mazowieckich”, „Szlak Chopinowski”, „Mazowsze na Filmowo”
 - b) Mapa atrakcji turystycznych i sportowych Energia Młodości.
4. **Przygotowanie do realizacji projektu „Rozwój oferty szlaków turystycznych Mazowsza”** (wniosek FEMA.05.07-IP.01-05Y6/24).

Obszar 5. Udział w targach turystycznych i imprezach plenerowych

1. **Udział w targach turystycznych:**
 - a) Fiets en Wandelbeurs Nederland w Utrechcie – Holandia
 - b) ITB Berlin – Niemcy
 - c) Międzynarodowe Targi Turystyki i Czasu Wolnego – Wrocław
 - d) Targi Turystyczne „Atrakcje Regionów” - Chorzów
 - e) 32. Targi Turystyczne Market Tour – „Piknik nad Odrą” w Szczecinie
 - f) Międzynarodowe Targi Turystyczne „Tour Salon” w Poznaniu
 - g) Międzynarodowe Targi Turystyczne TT Warsaw w Nadarzynie
 - h) Międzynarodowe Targi WTM w Londynie – Wielka Brytania

- i) Międzynarodowe Targi Turystyczne ITTF w Warszawie
- 2. **Udział mobilnego centrum informacji turystycznej w 10 MazoPiknikach** oraz wybranych wydarzeniach w regionie.
- 3. **Współpraca z członkami stowarzyszenia** w zakresie organizacji stoiska promocyjnego Mazowska podczas wybranych targów turystyki kwalifikowanej.

Obszar 6. Public relations i organizacja konferencji prasowych

- 1. **Budowanie relacji z mediami:**
 - a) Współpraca z prasą branżową i branżowymi portalami turystycznymi.
 - b) Organizacja briefingów prasowych przed kluczowymi wydarzeniami.
- 2. **Organizacja konferencji prasowych:**
 - a) Turystyczne Podsumowanie roku 2024
 - b) Start „Akcji Letniej” - otwarcie sezonu letniego na Mazowszu.
 - c) Konkurs na Najlepszego Produkt Turystyczny
 - d) Konkurs Podróże z Flagą Mazowska
 - e) Turystyczne Mistrzostwa Vlogerów
- 3. **Organizacja press tourów.**

II. MAZOWIECKI SYSTEM INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

Obszar 1. Współpraca z centrami i punktami informacji turystycznej

1. Organizacja szkoleń dla pracowników centrów i punktów informacji turystycznej.
2. Dystrybucja materiałów promocyjnych do centrów i punktów informacji turystycznej.
3. Utrzymanie systemu ekspozytorów promocyjnych w centrach i punktach informacji turystycznej.

Obszar 2. Utrzymanie tablic informacyjnych przy obiektach turystycznych na Szlakach Turystycznych Dziedzictwa Kulturalnego Mazowsza

1. **Weryfikacja zasad utrzymania tablic oraz przedłużenie umów na użyczenie gruntów, na których zlokalizowane są tablice:**
 - a) Przegląd wszystkich istniejących tablic i ich dostosowanie do nowoczesnych standardów wizualnych.
 - b) Współpraca z lokalnymi władzami oraz właścicielami terenów w celu aktualizacji informacji i przedłużenia umów na ich użytkowanie.
2. **Przeprowadzenie audytu oznakowania obiektów tablicami informacyjnymi** - ocena stanu technicznego tablic i ich czytelności dla turystów.

Obszar 3. Utrzymanie i rozwój oznakowania samochodowych szlaków turystycznych

1. **Opiniowanie projektów organizacji ruchu dla znaków turystycznych w ramach Kapituły Turystycznych Znaków Drogowych Województwa Mazowieckiego:**
 - a) Współpraca z zarządcami dróg i lokalnymi samorządami w celu utrzymania wysokiej jakości oznakowania szlaków.
 - b) Przegląd i aktualizacja oznakowania dla głównych szlaków turystycznych.
2. **Przeprowadzenie audytu oznakowania szlaków samochodowych** - identyfikacja miejsc wymagających poprawy lub uzupełnienia oznakowania.
3. **Doradztwo w zakresie oznakowania dojazdu do atrakcji turystycznych** - współpraca z właścicielami obiektów turystycznych i gminami w zakresie instalacji oznakowania ułatwiającego dojazd do atrakcji.

Obszar 4. Przygotowanie do realizacji i realizacja projektu „Rozwój oferty szlaków turystycznych Mazowsza” (wniosek FEMA.05.07-IP.01-05Y6/24) i innych.

KIERUNEK III. INICJATYWY TURYSTYCZNE (LIT), PRODUKTY I MARKI TURYSTYCZNE

OBSZAR 1. Analiza potencjału do rozwoju turystyki na Mazowszu

1. Nadzór i koordynacja badań potencjału turystycznego Mazowsza (audyt turystyczny).
2. Analiza potencjału marek turystycznych Mazowsza.
3. Analiza potencjału do przygotowania produktu turystycznego Mazowsza opartego na tradycji, folklorze i bogactwie kulinarnym.

OBSZAR 2. Rozwój i wzmocnienie produktów, marek i ofert turystycznych Mazowsza.

1. Kontynuacja działalności Laboratorium Inicjatyw Turystycznych:
 - a) Realizacja II edycji Programu inkubacji i rozwoju inicjatyw turystycznych Mazowsza.
 - b) Realizacja szkoleń głównie z zakresu nowoczesnego marketingu, komercjalizacji i doświadczeń turystycznych.
2. Kontynuacja działań wzmacniających wspólną prezentację, ofertę i komercjalizację szlaków/produktów turystycznych Mazowsza.
3. Organizacja Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny województwa mazowieckiego..
4. Opracowanie koncepcji przygotowania produktu opartego na folklorze i bogactwie kulinarnym Mazowsza (planowanego do sfinansowania ze środków MSiT).

OBSZAR 3. Współpraca z branżą turystyczną.

1. Organizacja wydarzenia B2B dla organizatorów turystyki i członków MROT, jako elementu Forum Inicjatyw Turystycznych organizowanego w ramach Laboratorium Inicjatyw Turystycznych.
2. Organizacja wizyt studyjnych dla organizatorów turystyki.

OBSZAR 4. Realizacja projektów współfinansowanych ze środków zewnętrznych służących opracowaniu i przygotowaniu produktów i inicjatyw turystycznych oraz rozwojowi i promocji turystyki

1. Sukcesywnie w miarę ogłaszania konkursów.

KIERUNEK IV. MAZOVIA CONVENTION BUREAU - ROZWÓJ PRZEMYSŁU SPOTKAŃ

OBSZAR 1. Wdrożenie instrumentów na rzecz dynamizacji działalności Mazovia Convention Bureau

1. Aktualizacja potencjału przemysłu spotkań województwa mazowieckiego.
2. Aktualizacja i rozwój baz danych: obiektów, organizatorów spotkań na Mazowszu.
3. Aktualizacja i rozwój strony internetowej w języku polskim i angielskim.
4. Rozwój komunikacji MCB w mediach społecznościowych.
5. Podniesienie kompetencji zespołu MROT w zakresie rozwoju przemysłu spotkań na Mazowszu.

OBSZAR 2. Rozwój marki Mazovia Convention Bureau

1. Doradztwo strategiczne.
2. Członkostwa w stowarzyszeniach branżowych polskich i zagranicznych.
3. Uczestnictwo w Programie Ambasadorów Kongresów Polskich.
4. Kontynuacja i rozwój współpracy przy rozwoju Klubu Ambasadorów: Warszawa i Mazowsze.
5. Współpraca z Polską Organizacją Turystyczną – Poland Convention Bureau.
6. Współpraca z Warszawską Organizacją Turystyczną w zakresie wspólnej promocji oferty Warszawy i Mazowsza.
7. Współpraca z regionalnymi convention bureaux.
8. Współpraca z lokalnymi przedsiębiorcami (hotele, targi, organizatorzy, atrakcje turystyczne).
9. Współpraca z przedstawicielami rekomendowanymi profesjonalnymi organizatorami spotkań na Mazowszu
10. Organizacja Gali Ambasadorów Kongresów i Konferencji na Mazowszu.

OBSZAR 3. Promocja potencjału przemysłu spotkań na Mazowszu

1. Udział w targach i wydarzeniach dedykowanych przemysłowi spotkań w kraju i zagranicą.
2. Realizacja podróży studyjnych (site inspection i fam trip).
3. Udział w wydarzeniach promocyjnych za granicą.
4. Współpraca/współrealizacja promocyjnych wydarzeń krajowych.
5. Współpraca z mediami.

KIERUNEK V. ROZWÓJ POTENCJAŁU ORGANIZACYJNEGO MROT I JEJ CZŁONKÓW

OBSZAR 1. Rozwój potencjału kadrowego i organizacyjnego MROT

1. Podnoszenie kwalifikacji i kompetencji pracowników biura MROT.
2. Inicjowanie działań wzmacniających współpracę pomiędzy członkami MROT.
3. Prowadzenie stałych działań na rzecz zwiększania ilości członków MROT.
4. Udział pracowników MROT w organizowanych wydarzeniach branżowych i naukowych.
5. Aktywny udział w działaniach i projektach Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych.
6. Stała współpraca z Polską Organizacją Turystyczną.
7. Udzielanie patronatów nad wydarzeniami i inicjatywami turystycznymi.
8. Usprawnienie procedur, procesów i regulaminów regulujących pracę biura MROT.

OBSZAR 2. Transfer wiedzy, wymiana doświadczeń oraz współpraca.

1. Organizacja Walnych Zebrań Członków MROT.
2. Organizacja III Forum MROT.
3. Organizacja Sejmiku Turystycznego Mazowsza.
4. Stała współpraca z LOT i LGD z terenu województwa mazowieckiego.
5. Doradztwo w zakresie efektywnej promocji wizerunkowej i produktowej.
6. Doradztwo przy opracowywaniu przez partnerów MROT projektów oraz wniosków o dofinansowanie.
7. Organizacja szkoleń w zakresie podnoszenia kompetencji kadr.
8. Wypracowanie oraz wdrożenie efektywnego systemu współpracy członków MROT.
9. Realizacja działań na rzecz promocji znaczenia turystyki wśród samorządów województwa mazowieckiego.
10. Działania doradcze i transfer wiedzy prowadzony przez kadrę MROT na rynku międzynarodowym, w tym również w ramach projektów międzynarodowych finansowanych przez Komisję Europejską (konferencje, prezentacje, warsztaty, szkolenia, study toury).