

# „Polskie Marki Turystyczne” - II edycja projektu

## Czym jest projekt „Polskie Marki Turystyczne”

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

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

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

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

## Kto może się zgłaszać

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

Zgłoszenia do II edycji projektu Polskie Marki Turystyczne należy dokonać przy użyciu formularza zgłoszeniowego, który będzie opublikowany na stronie internetowej [polskiemarkitourystyczne.gov.pl](http://polskiemarkitourystyczne.gov.pl).

Uruchomienie naboru wniosków planuje się na pierwszy tydzień sierpnia br.

## Korzyści dla laureatów projektu „Polskie Marki Turystyczne”:

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

## Geneza projektu

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

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

Więcej informacji na stronie:

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