

Kluczowe działania realizowane przez Pomorską Regionalną Organizację Turystyczną w 2025 roku

Wprowadzenie

W 2025 roku Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna (PROT) realizowała przyjęte w planie działań zadania, skutecznie odpowiadając na zmieniające się uwarunkowania rynkowe oraz potrzeby turystów i partnerów branżowych. Podejmowane inicjatywy przyczyniły się do wzmocnienia pozycji województwa pomorskiego jako atrakcyjnego, całorocznego kierunku turystycznego – zarówno wśród gości krajowych, jak i międzynarodowych.

Wspólnie z partnerami, PROT realizowała działania popularyzujące turystykę aktywną, kulinarną, kulturową, miejską oraz przyrodniczą, opartą na wyjątkowych doświadczeniach. W komunikacji krajowej skutecznie eksponowano walory wypoczynku w Polsce, co przyczyniło się do wzrostu zainteresowania krótkimi, kilkudniowymi pobytami w regionie. W działaniach międzynarodowych podkreślano dostępność komunikacyjną, jakość usług, bezpieczeństwo oraz całoroczny potencjał oferty, co przełożyło się na zwiększone zainteresowanie turystów z kluczowych rynków takich jak: Niemcy, Czechy oraz kraje nordyckie. Wdrożono nowoczesne narzędzia marketingowe, w tym kampanie cyfrowe, działania w mediach społecznościowych oraz projekty storytellingowe prezentujące potencjał województwa pomorskiego.

Zrealizowano szereg inicjatyw w ramach projektów europejskich, w które włączono członków organizacji, zwiększając ich kompetencje i dostęp do dobrych praktyk. Wzmocniono współpracę z partnerami zagranicznymi, szczególnie w regionie Morza Bałtyckiego, budując wspólne produkty i działania promocyjne.

Członkowie i partnerzy PROT uczestniczyli w szkoleniach i warsztatach obejmujących praktyczne działania m.in. z zakresu marketingu, analizy danych oraz rozwoju produktów turystycznych. Dzięki dedykowanym środkom podmioty zrzeszone w PROT skorzystały ze wsparcia grantowego na rozwój lokalnych inicjatyw turystycznych.

Wśród kluczowych inicjatyw należy wskazać realizacje z zakresu:

1. Promocji Krajowej i Zagranicznej

1.1 Organizacja wizyt studyjnych dziennikarzy i touroperatorów

2025 był dla Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej wyjątkowo intensywnym i owocnym okresem działań promocyjnych realizowanych poprzez wizyty studyjne. W ciągu roku przygotowano i zrealizowano **38 wizyt studyjnych**, w których udział wzięło **łącznie 101 uczestników z 18 krajów i 3 kontynentów**. Region odwiedziło **55 dziennikarzy** (w tym ekipy telewizyjne i radiowe), **13 blogerów i influencerów** oraz **33 przedstawicieli biur podróży i touroperatorów**.

Dzięki tym działaniom Pomorskie było szeroko promowane w międzynarodowych mediach drukowanych, internetowych, radiowych i telewizyjnych, a także w mediach społecznościowych o znacznych zasięgach. Materiały promocyjne ukazały się m.in. w prestiżowych tytułach takich jak **Die Zeit** (Niemcy), **Lock in Suite** (Czechy), **National Geographic Traveller** (Włochy), a także w amerykańskiej telewizji publicznej PBS.

Region gościł przedstawicieli mediów i branży turystycznej z niemal całej Europy – m.in. z **Niemiec, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Włoch, Austrii, Holandii, Czech, Słowacji, Węgier, Szwecji i Danii** – a także z **USA**,

Brazylii, Australii, Chin i Indii. Tak szeroki zasięg geograficzny pozwolił na dotarcie zarówno do odbiorców masowych, jak i do kluczowych segmentów: turystyki **premium, aktywnej, kulinarnej, miejskiej** oraz **slow tourism**.

Programy wizyt obejmowały najważniejsze miasta i subregiony oraz atrakcje Pomorskiego. Goście poznawali region zarówno poprzez jego dziedzictwo kulturowe i historyczne, jak i poprzez aktywności przyrodnicze, kulinarne oraz wydarzenia specjalne.

Przykłady wizyt:

Niemcy: podróż dziennikarki **Elke Homburg**, autorki bloga **Kekse & Koffer**, która w czerwcu 2025 roku odwiedziła Trójmiasto, Muzeum Zamkowe w Malborku, Kaszuby oraz Słowiński Park Narodowy. Efektem pobytu były obszernie artykuły prezentujące Pomorskie jako region łączący historię, przyrodę, nowoczesność i kulinaria, a także rozbudowane relacje w mediach społecznościowych.

Wielka Brytania: **Jo Davey**, dziennikarz *Wizz Air Magazine*, przygotował materiał poświęcony turystyce miejskiej i rowerowej w Gdańsku i Sopocie, natomiast przedstawiciele renomowanego touroperatora **Kirker Holidays** poznawali Pomorskie jako nową destynację dla klientów z segmentu premium, ceniących wysoką jakość usług i autentyczne doświadczenia.

Słowacja: w związku z uruchomieniem nowego połączenia lotniczego **Gdańsk–Bratysława** w kwietniu 2025 roku region gościł **7 dziennikarzy słowackich**, reprezentujących m.in. redakcje **GEO, Slovenský Rozhlas, Reporter, Relax, Teleplus, Eurotelevízia**. Efektem wizyty były liczne artykuły prasowe, reportaże radiowe, publikacje wielostronicowe oraz dodatki tematyczne poświęcone całemu regionowi pomorskiemu.

Czechy: wizyta **Evy Kadlec Dědochovej** z prestiżowego magazynu *Lock in Suite*. Trójmiasto zaprezentowano jako destynację luksusową i jakościową – z wysokiej klasy hotelarstwem, gastronomią i ofertą kulturalną. Artykuł ukazał się w nakładzie **22 000 egzemplarzy** w wersji czesko- i anglojęzycznej.

Włochy: kampania „**Elementi di Polonia**” organizowana w połowie kwietnia we współpracy z **Zagranicznym Ośrodkiem Polskiej Organizacji Turystycznej w Rzymie**. Jej zwieńczeniem była wizyta 2 włoskich influencerów, **Fiammetta Gatto i Alessandro Tofani**. Goście rozpoczęli i zakończyli wizytę w Gdańsku, a przemierzali północną, południową i wschodnią część regionu pomorskiego. Odwiedzili różnorodne miejsca: Półwysep Helski z Chałupami i Kuźnicą, gdzie skorzystali z wodnych aktywności sportowych; Pałac pod Bocianim Gniazdem w Runowie, mając m.in. okazję do zwiedzania terenu konno; Bory Tucholskie z Muzeum Przyrodniczym Parku Narodowego Bory Tucholskie oraz Zagrodą Pokazową Zwierząt w Chocińskim Młynie; Wdzydze Kiszewskie z Muzeum – Parkiem Etnograficznym im Teodory i Izidora Gulgowskich, podziwiając przy okazji krajobraz okolicy i kaszubskich jezior z wieży widokowej. Ponadto spędzili dzień na Żuławach, odbywając rejs z Morskim Safari na obserwację fok oraz rejs Małą Pętlą Żuław. W ramach zaplanowanych aktywności sportowych ważnym punktem programu był również spływ kajakowy rzeką Brdą oraz wycieczka rowerowa przez Mierzę Wiślaną trasą R10. Nieodłącznym elementem wizyty była także lokalna kuchnia. Kampania wygenerowała zasięg na poziomie **ponad 2 mln unikalnych użytkowników**.

USA: Jednym z kluczowych projektów 2025 roku była realizacja zdjęć do programu „**Curious Traveler**” dla amerykańskiej telewizji publicznej **PBS**, prowadzona przez nagrodzoną Emmy dziennikarkę **Christine Van Blockland**. Odcinek poświęcony zamkom i pałacom w Polsce, z udziałem Zamku w Malborku, emitowany

będzie przez minimum trzy lata na 350 stacjach PBS w USA i Kanadzie, a także na platformach streamingowych i w aplikacjach mobilnych.

Wizyty studyjne zrealizowane przez Pomorską Regionalną Organizację Turystyczną w 2025 roku przyniosły wymierne efekty promocyjne, wizerunkowe i biznesowe. Pomorskie zostało zaprezentowane jako region różnorodny, autentyczny i nowoczesny, zdolny do konkurencji na międzynarodowych rynkach turystycznych. Skala publikacji, renoma mediów, liczba partnerów oraz globalny zasięg działań potwierdzają, że wizyty studyjne pozostają jednym z kluczowych i najsukcesowniejzych narzędzi promocji regionu.

Wszystkie efekty wizyt studyjnych, które ukazały się w mediach, można znaleźć na stronie www.prot.gda.pl

Workshopy, targi, wystawy

W minionym roku, pracownicy PROT brali udział w prezentacjach branżowych wśród wyselekcjonowanych tour operatorów podczas dedykowanych wydarzeń warsztatowych. Jednocześnie na nowych, perspektywicznych rynkach dołączaliśmy do Polskich Stoisk Narodowych ukierunkowanych zarówno na spotkania z branżą jak i turystami indywidualnymi. Wśród przykładowych wydarzeń można wskazać:

Roadshow Czechy

W ramach tego wydarzenia PROT prezentowała ofertę regionu pomorskiego w **Pradze, Ostrawie i Brnie**. Podczas spotkań organizowanych w tych miastach prezentowaliśmy ofertę całego województwa podczas spotkań stołowych z czeską i słowacką branżą turystyczną.

Polish Experience Forum – Węgry

W związku z otwarciem nowego połączenia na trasie Gdańsk – Budapeszt, we wrześniu wzięliśmy udział w wydarzeniu, w którym region pomorski został zaprezentowany kilkunastu przedstawicielom węgierskich biur podróży, które wykazują duże zainteresowanie Polską i regionami nadmorskimi.

ATM Dubaj – ZEA

Z myślą o możliwym uruchomieniu bezpośrednich połączeń lotniczych z krajami arabskimi, przedstawiciel PROT wziął udział w największych targach turystycznych tego regionu. Była to okazja do nawiązywania relacji biznesowych z podmiotami, które w niedalekiej przyszłości mogą być zainteresowane tworzeniem ofert pobytowych również w Polsce.

Expo Osaka - Japonia

Region Pomorski był obecny z prezentacją w Pawilonie Polskim na wystawie EXPO jak i z działaniami promującymi potencjał turystyczny regionu wśród tour operatorów i przedstawicieli japońskich mediów. Jednym z kluczowych punktów naszej obecności w Japonii był udział w seminarium gospodarczym. Zarówno różnorodna prezentacja w Polskim Pawilonie, jak i spotkanie z branżą pozwoliły budować większą świadomość wśród mieszkańców Japonii na temat Polski i regionu pomorskiego.

1.2 Działania Online

Działania w przestrzeni online stanowią istotny element aktywności PROT, wykorzystywany zarówno do budowania wizerunku, jak i promowania konkretnych ofert i produktów turystycznych. Internet pozostaje głównym źródłem informacji dla osób planujących podróże. Jednocześnie obserwuje się stały wzrost czasu, jaki użytkownicy spędzają w sieci.



Główne narzędzia komunikacji online to niezmiennie zarządzane przez PROT strony internetowe:

www.pomorskie.travel	- turystyczny portal województwa pomorskiego
www.pomorskie-prestige.eu	- serwis oferujący unikalne doświadczenia turystyczne
www.sklep.prot.gda.pl	- strona służąca sprzedaży pamiątek i produktów z regionu, wydawnictw oraz usług
www.pomorskietours.pl	- główny kanał sprzedaży wycieczek jednodniowych
www.kartaturysty.pomorskie.travel	- platforma sprzedażowa pakietów karty turysty
www.pobytubaltu.cz	- strona dedykowana działaniom marketingowym na rynku czeskim
www.czasnabaltyk.eu	- witryna promująca wypoczynek w pasie nadmorskim

Nową formą aktywności w sieci była seria e-booków „Pomorska Ścieżka Smaków”, prezentująca gotowe pomysły na zwiedzanie poszczególnych subregionów w spokojnym rytmie Slow, skupiając się na lokalnych produktach, kulturze, tradycji i unikatowych miejscach przyrodniczych.

Uzupełnieniem pozostają media społecznościowe. Przykładowe dane za rok 2025:

Pomorskie.travel

1,1 mln. wyświetleń strony

7 tys. - liczba reakcji na posty FB i IG Pomorskie.travel (wzrost ponad 40% rdr.)

Pomorskie-prestige

207 tys. wyświetleń strony

33,7 tys. - liczba reakcji na posty FB i IG (wzrost ponad 100% rdr.)

Prot.gda.pl

2,25 mln. wyświetleń postów FB i LinkedIn

Tak szeroka liczba narzędzi internetowych pozwala skuteczniej kierować przekaz marketingowy do wybranych grup odbiorców, lepiej zarządzać budżetem reklamowym oraz prowadzić pogłębioną statystykę w zakresie preferencji turystów. Istotną częścią działań PROT w mediach społecznościowych były płatne kampanie reklamowe. Ich celem było powiększanie zasięgu publikowanych treści, zwiększanie zaangażowania użytkowników oraz przekierowywanie na wybrane strony internetowe.

1.3 Dedykowane projekty tematyczne

1.3.1. Pomorskie Prestige

W 2025 roku działania promocyjne Pomorskie Prestige były kontynuowane pod hasłem „**Poczuj więcej**”, które stało się spójnym motywem przewodnim wszystkich aktywności marketingowych. Celem kampanii było pokazanie bogactwa i różnorodności doświadczeń oferowanych przez region Pomorza poprzez emocje, przeżycia i autentyczne relacje osadzone w ofercie turystycznej regionu. Powstała seria 3 filmów z Agnieszką Cegielską, promotorką zdrowego trybu życia. Materiał dotychczas został wyświetlony przez przeszło 164 tys. na kanale dziennikarki oraz profilu pomorskie.travel na YT.

Partnerzy projektu brali udział w szkoleniach prezentujących dobre praktyki z zakresu marketingu, zrównoważonego rozwoju oraz potencjału wybranych rynków zagranicznych. Przykładem takiego wydarzenia była konferencja Pomorskie Business Summit, jak również inne cykliczne spotkania partnerów projektu.

1.3.2. Kampanie promocyjne na rynku duńskim i czeskim

Cykl działań PR & Publicity, m.in. kampania na rynku czeskim z wykorzystaniem strony www.pobytubaltu.cz, oraz Magazynu Kalejdoscope. W Danii przy współpracy z **ZOPOT w Sztokholmie** przeprowadzono akcję promocyjną z dziennikiem Politiken i jego witryną internetową, której celem było zwiększenie sprzedaży biletów SAS na trasie z Kopenhagi do Gdańska.

1.3.3. Działania wspierające rozwój nowych połączeń z Wielką Brytanią operatora Jet2.com

W związku z kontynuacją rozwoju sezonowych połączeń operatora lotniczego Jet2.com, który rozszerzył siatkę o kolejne brytyjskie miasta, PROT przeprowadziła kampanię reklamową z wykorzystaniem kanałów mediowych operatora. Działania ukierunkowane na zwiększenie sprzedaży pakietów pobytowych w okresie 12 tyg. podczas trwania Jarmarku Bożonarodzeniowego przyniosły efekt w postaci sprzedaży oferty pobytowej 20 gdańskich hoteli. Według danych brytyjskiego biura statystycznego klienci linii lotniczej Jet2.com, na swój pobyt w Trójmieście wydali około 650 tys. funtów. Z myślą o kontynuacji współpracy wspólnie z przedstawicielami Portu Lotniczego w Gdańsku oraz Gdańskiej Organizacji Turystycznej uczestniczyliśmy również w dorocznym spotkaniu agentów tego operatora, zachęcając do jeszcze większej sprzedaży pakietów pobytowych.

1.3.4. Projekt „Turystyka Regionu”

Z myślą o zmotoryzowanych turystach PROT kontynuowała współpracę z aplikacją nawigującą dla kierowców – Yanosik – w ramach projektu rozwoju ruchu turystycznego „Turystyka regionu”. Użytkownicy aplikacji tworzą największą społeczność kierowców w kraju. W ciągu całego roku 57 atrakcji z regionu pomorskiego zyskało 68 mln wyświetleń w aplikacji użytkowników, którzy pojawili się w pobliżu wybranych miejsc.

1.3.5. Pomorska Karta Turysty

Miniony rok to również kontynuacja działań w projekcie Pomorska Karty Turysty. PROT zajmowała się dystrybucją pakietów **trójmiejskiego i regionalnego**, rozwijając jednocześnie nowy pakiet – dedykowany dla atrakcji Miasta Gdyni. Równolegle prowadzona była aktywna sprzedaż pakietów gdańskich, zarządzanych przez GOT. Łącznie ponad **2300 pakietów** zostało zrealizowanych przez użytkowników, którzy oprócz tradycyjnej karty chętnie korzystali również z aplikacji mobilnej.

1.3.6. Pomorskie Tours

Rok 2025 to dalszy rozwój działań w obszarze **Pomorskie Tours**, dedykowanych, jednodniowych wycieczek tematycznych. Oprócz standardowych spacerów z przewodnikiem rozwijano ofertę do regionu pomorskiego dedykowaną grupom i mieszkańcom Trójmiasta. Zrealizowano **45 usług**, w których udział wzięło ponad **1200 klientów indywidualnych i grupowych**.

1.3.7. Kampania Kaszubska Truskawka

26 czerwca promowaliśmy Kaszuby i cały region pomorski w wyjątkowy sposób. Na pokładzie Polskich Linii Lotniczych LOT pojawiła się truskawka kaszubska w formie muffinek. Produkt był serwowany pasażerom na trasie Warszawa–Gdańsk–Warszawa. Uzupełnieniem akcji były posty w mediach społecznościowych przewoźnika oraz degustacja samej truskawki w hali przylotów na lotnisku im. Lecha Wałęsy w Gdańsku.

1.3.9. Organizacja wydarzeń branżowych

Przy dofinansowaniu środków z Ministerstwa Sportu i Turystyki PROT wspólnie z partnerem z **Regionem Oulu** (Finlandia) zorganizowała w Gdańsku **Bałtyckie Forum Turystyczne**, którego tematem przewodnim były: turystyka regeneratywna oraz turystyka oparta na danych i innowacjach cyfrowych. W wydarzeniu wzięło udział ponad 200 uczestników z krajów bałtyckich.

PROT współorganizowała Regionalne Obchody Światowego Dnia Turystyki – święto ludzi i instytucji zajmujących się na co dzień rozwojem usług i atrakcji turystycznych w regionie pomorskim.

1.3.9. Współpraca międzynarodowa i projekty grantowe

Projekty finansowane ze środków europejskich pozwalają realizować szereg działań ukierunkowanych na wsparcie lokalnych samorządów i przedsiębiorców rozwijających kolejne produkty i oferty turystyczne z wielu zakresów tematycznych. Zadania podejmowane przez PROT w 2025 roku były współfinansowane ze środków programów Interreg Region Morza Bałtyckiego i Południowy Bałtyk oraz funduszy rządu polskiego.

W ciągu minionego roku PROT była liderem i partnerem w następujących projektach międzynarodowych finansowanych ze środków europejskich:

PAC Tourism	- Koordynacja Obszaru Tematycznego TURYSTYKA w ramach Strategii Bałtyckiej dla Regionu Morza Bałtyckiego – w charakterze lidera projektu.
BASCIL	- rozwój usług turystyki kulinarnej na terenach wiejskich i poprawa konkurencyjności lokalnych producentów żywności poprzez dywersyfikację ich działań biznesowych w zakresie branży turystycznej - charakterze partnera projektu.
Baltic Biking Upgrade	- współpraca z MŚP w zakresie rozwoju usług przyjaznych dla rowerzystów, a także W tworzeniu produktów i ofert turystyki rowerowej – lider projektu.
Biking Across Baltic	- projekt na rzecz współpracy regionów skupionych wokół północnej części trasy rowerowej EV10 z zarządcami trasy i przewoźnikami transportowymi, w charakterze partnera projektu.
ReTour	- projekt wspierający rozwój ofert turystyki regeneratywnej – partner projektu.
CliNeDest	- projekt przygotowujący branżę turystyczną do procesu badania śladu węglowego w turystyce i obniżaniu poziomu emisji CO2 w realizacji usług
RgenT	- projekt, którego celem jest wprowadzenie turystyki regeneratywnej jako nowego standardu rozwoju branży w regionie Morza Bałtyckiego.
LIFE Pom GOZilla.PL	- którego celem jest stworzenie w Województwie Pomorskim warunków sprzyjających efektywnemu wdrożeniu zapisów Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego ze szczególnym uwzględnieniem branży turystycznej.



Wszystkie działania podejmowane w powyższych projektach są prezentowane na stronie www.prot.gda.pl w zakładce Projekty.

2. Konkurs na wsparcie działalności członków PROT

Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna wsparła swoich członków w ramach dedykowanego konkursu grantowego wybranym aktywnościami. Łącznie członkowie PROT na swoje działania pozyskali 90 tys. złotych. Wśród laureatów znaleźli się:

1. Fundacja Partnerstwo Dorzecze Słupi
2. Hevelianum
3. Lokalna Organizacja Turystyczna Kaszuby Północne
4. Kaszubskie Stowarzyszenie Agroturystyczne „Kościerska Chata”
5. Lokalna Organizacja Turystyczna Kociewie
6. Lokalna Organizacja Turystyczna Gminy Sztutowo
7. „Pomerania Manors” Stowarzyszenie Właścicieli Pałaców i Dworów
8. Lokalna Organizacja Turystyczna Serce Kaszub
9. Sopocka Organizacja Turystyczna
10. Stowarzyszenie Turystyczne Kaszuby
11. Stowarzyszenie Żuławy

3. Imprezy branżowe dla członków PROT

Partnerzy PROT wzięli udział w Pomorskim Forum Turystycznym, które odbyło się na terenie Gminy Redzikowo w Hotelu Dolina Charlotty oraz Swołowie. Na uczestników oprócz ciekawych wykładów merytorycznych czekały aktywności budujące bliższe poznanie innych członków PROT oraz wypracowujące możliwe formy współpracy pomiędzy w ramach stowarzyszenia.

4. Informacja turystyczna

Kolejny rok funkcjonowania Pomorskiego Centrum Informacji Turystycznej to dalszy rozwój usług tradycyjnych i online dedykowanych turystom. Pracownicy obsługują m.in. Działalność sklepu internetowego oraz systemu sprzedaży Kart Turysty i wycieczek Pomorskie Tours. W całym 2025 roku PCIT odwiedziło przeszło 61 tys. gości.

5. Współpraca z Polską Organizacją Turystyczną

PROT aktywnie uczestniczyła również w inicjatywach kreowanych przez Polską Organizację Turystyczną, w większości były to działania skierowane na rynek krajowy. Wspólne akcje takie jak: Pytanie na Śniadanie, Mistrzostwa Vlogerów, przyczyniły się do większej popularyzacji oferty regionu oraz budowania klimatu do wypoczynku w województwie pomorskim. W zakresie promocji zagranicznej partnerem PROT są wybrane zagraniczne ośrodki POT. PROT organizowała również krajowy etap konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT, a tegorocznymi laureatami na szczeblu krajowym zostali: **Swołowo – Stolica Krainy w Kratę** oraz **Centrum św. Jan w Gdańsku**.