



INSTYTUCJONALIZACJA WSPÓŁDZIAŁANIA INTERESARIUSZY

* Poznańska Lokalna
Organizacja Turystyczna,
Poznan Convention Bureau

PLOT 2003-2020 r.

✧ W założeniu platforma współpracy samorządów i branży turystycznej na podstawie Ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej

✧ Od 1 zatrudnionej osoby do 16, od 60 tys. zł budżetu do 2,3 mln zł, od 15 do członków



Poznańska Lokalna
Organizacja Turystyczna

POZnań*.travel
POZNAŃ TOURISM ORGANISATION

Założenia instytucjonalizacji w turystyce na poziomie lokalnym

Filozofia partnerstwa w turystyce

Analiza skuteczności zarządzania turystyką

- ✦ W Poznania dokument we współpracy z katerą turystyki UEP.
- ✦ Wiele podmiotów: kompetencje pomiędzy 4 biurami urzędu, gospodarstwem pomocniczym, instytucją kultury i organizacją turystyczną.
- ✦ Efektem tej nadreprezentacji podmiotowej są negatywne zjawiska:
 - rozproszenie kompetencji,
 - ograniczona skuteczność działań w zakresie promocji,
 - brak spójności w działaniu,
 - dublowanie celów i priorytetów, a tym samym zasobów finansowych, rzeczowych oraz osobowych,
 - konieczność walki o budżet wymienionych jednostek,
 - brak jasno określonej odpowiedzialności.

Wzorce światowe czyli jak sobie z tym poradzić?

* Analiza światowych trendów:

W celu zidentyfikowania i charakterystyki działania organizacji odpowiedzialnych za zarządzanie turystyką w miastach, używa się terminu **Destination Management Organisation**. Według Światowej Organizacji Turystyki UNWTO jest to **podmiot, który integruje władze lokalne, przedsiębiorstwa oraz inne instytucje zaangażowane w rozwój turystyki** oraz/lub umożliwia **tworzenie partnerstwa** wokół wspólnej wizji rozwojowej.

Ostatecznym celem DMO jest **rozwój i promocja regionu turystycznego** poprzez koordynację i prowadzenie pewnych kluczowych działań takich jak finansowanie, planowanie strategiczne, marketing, podejmowanie decyzji i rozwój regionalnych produktów turystycznych.

Partnerstwo ma zapewnić lepszą realizację tego celu.

Wzorce światowe - zadania

Zarówno Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO), jak i eksperci zajmujący się zarządzaniem turystyką w miastach i regionach, wskazują że współczesna instytucja zajmująca się zarządzaniem turystyką powinna funkcjonować przede wszystkim jako:

1. **Broker informacji** - występowanie jako **pośrednik pomiędzy turystami a branżą turystyczną** funkcjonującą w mieście. Lokalna Organizacja Turystyczna (LOT) występuje jako jedyny podmiot mający szeroką wiedzę na temat stanu, potencjału oraz potrzeb rozwojowych podmiotów tworzących ofertę turystyczną miasta, a także na temat stanu, potencjału rozwojowego oraz potrzeb i pragnień odbiorców tej oferty.
2. **Zarządzający turystyczną marką miasta** - kreowanie marki turystycznej oraz tworzenie zintegrowanej strategii marketingowej w zakresie turystyki, zgodnej z potrzebami branży oraz odpowiadającej potrzebom rynków docelowych.
3. **Kreator produktów turystycznych** – tworzenie innowacyjnych produktów i kreowanie współpracy na rzecz tworzenia jednolitego doświadczenia turystów; integrowanie przedsiębiorstw i instytucji oraz podejmowanie wspólnych działań w tym zakresie.

Wzorce światowe - zadania

Warunkiem pełnienia tych funkcji jest **skoncentrowanie w jednym ośrodku analitycznym i decyzyjnym spraw bezpośrednio związanych z rozwojem turystyki**, takim któremu najłatwiej będzie zapewnić partnerstwo.

W zależności od miejsca, rynku turystycznego, systemu prawnego powoływane są organizacje, które łączą know-how branży turystycznej z finansami i kompetencjami samorządów.

W efekcie powstają **konsorcja/stowarzyszenia/fundacje/spółki**, których celem jest poprawa sytuacji finansowej swoich członków poprzez zwiększenie efektywności promocyjnej i w efekcie liczby turystów odwiedzających destynację.

Z badań regionalnych i lokalnych DMO przeprowadzonych przez Światową Organizację Turystyki wynika, że **największą grupę organizacji turystycznych stanowią struktury partnerskie**, skupiające zarówno podmioty sektora prywatnego, jak i władze oraz instytucje publiczne (58 %). Łącznie tylko 18% badanych organizacji regionalnych ma korzenie wyłącznie publiczne.

Kogo zapraszamy do partnerstwa?

Reprezentacja podmiotów gospodarki turystycznej w ramach struktur DMO jest bardzo szeroka. Do **podmiotów najczęściej tworzących organizacje turystyczne** w regionie należą:

JST, zrzeszenia hotelarzy, restauratorów, tour operatorzy i biura podróży, podmioty zarządzające atrakcjami, instytucje kulturalne, organizatorzy konferencji i innych wydarzeń o charakterze biznesowym, operatorzy targow, związki sportowe, agencje rozwoju regionalnego, izby turystyczne.

Widoczny jest duży udział lokalnego biznesu w zarządzaniu turystyką – **lokalne przedsiębiorstwa stanowią 60% podstawowych partnerów w miastach** (UNWTO 2010).

Podstawa prawna

W Ustawie o Polskiej Organizacji Turystycznej (1999) określono następujące zadania dla lokalnych organizacji turystycznych:

- 1) promocję turystyczną obszaru, na którym działają,
- 2) wspomaganie funkcjonowania i rozwoju informacji turystycznej,
- 3) inicjowanie, opiniowanie i wspieranie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej,
- 4) współpracę z Polską Organizacją Turystyczną.

Według dokumentu „Kodeks dobrych praktyk systemu zarządzania i promocji turystyki w Polsce” (POT 2009), **LOT odpowiadają za spójność działań związanych z kreacją produktu turystycznego na szczeblu lokalnym i czuwają nad właściwym i efektywnym przebiegiem działań promocyjnych.** Te ogólne zapisy stanowią dobry punkt wyjścia do pełnienia przez nie funkcji zarządzania turystyką, nie krępują ich zbyt szczegółowym określeniem obowiązków, jedynie wskazują obszary, które na pewno wymagają ich ingerencji.

Porównując tą listę zadań z opisem funkcji, strategii i aktywności DMO możemy stwierdzić, że jest ona z nimi zgodna i umożliwia podjęcie – w miarę możliwości i potrzeby – szerokiego . zakresu ponadobowiązkowych inicjatyw.

Co udało się zrobić?



Stowarzyszenie Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna (PLOT) realizuje w ramach swojej działalności zadania z zakresu promocji turystyki oraz turystyki biznesowej.

Działania obejmują obecnie 5 obszarów:

- * promocja oferty turystycznej,
- * badania i rozwój,
- * integracja i edukacja,
- * turystyka biznesowa,
- * informacja turystyczna.

PLOT jest oficjalnym partnerem miasta i powiatu poznańskiego w zarządzaniu i promocji turystyki. Stowarzyszenie liczy obecnie 83 członków i dysponuje budżetem ok. 2,3 mln zł oraz 16 etatami.

Członkowie zwyczajni (każdy 1 głos) i wspierający.

Członkowie PLOT

Samorządy lokalne: Miasto Poznań, Powiat Poznański, Miasto Kórnik, Miasto Mosina, Miasto i Gmina Murowana Goślina, Miasto i Gmina Pobiedziska, Miasto Puszczykowo, Miasto i Gmina Skoki, Gmina Suchy Las, Miasto i Gmina Swarzędz, Gmina Tarnowo Podgórne, Gmina Śrem; Gmina Dopiewo; Gmina Oborniki; Gmina Kleszczewo, Miasto Luboń, Gmina Czerwonak, Gmina Buk.

Hotele: City Park Hotel & Residence, Don Prestige Residence, Hotel Best Western Edison, ibb Andersia Hotel, Hotel Park, Sheraton Poznań Hotel, Hotel Vivaldi, Hotel NH Poznań, HOT_elarnia HOTEL i SPA, Orbis S.A. reprezentuje hotele Mercure Poznań, Novotel Poznań Centrum, Novotel Poznań Malta, Ibis Poznań Stare Miasto, City Solei Boutique Hotel, hotel DeSilva Premium, hotel Park Inn by Radisson, Blow Up Hall, hotel Traffic, hotel Camping Malta, Hampton Poznań Old Town, hotel Kolegiacki, Puro Poznań.

Hostele: Soda Hostel

Samorządowe jednostki organizacyjne: Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne w Poznaniu Sp. z o.o.; Termy Maltańskie, Ośrodek Sportu i Rekreacji w Pobiedziskach,

Restauracje: Restauracja Brovaria, Restauracja Toga, Restauracja Villa Magnolia, Restauracja Vine Bridge, Dark Restaurant, restauracja Bamberka.

Uczelnie wyższe: Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu - Katedra Turystyki.

Biura podróży: Flow Events; KulTour.pl; Poland Incoming. Poznań City Event (członek wspierający).

Instytucje kulturalne: Towarzystwo Muzyczne im. Henryka Wieniawskiego, Muzeum Narodowe w Poznaniu, Muzeum Archeologiczne w Poznaniu, Makieta Dawnego Poznania, Centrum Kultury Zamek, Towarzystwo Przyjaciół Poznańskiej Fary; Wielkopolskie Muzeum Walk Niepodległościowych; Fundacja Międzynarodowego Teatru Malta; Wydawnictwo Miejskie Poznań, Teatr Wielki.

Izby samorządu gospodarczego, organizacja, stowarzyszenia: Polska Izba Turystyki Oddział Wielkopolski w Poznaniu, Wielkopolska Izba Gastronomii; Fundacja Rozwoju Miasta Poznania, Stowarzyszenie Dzieje - Park Dzieje (członek wspierający), Fundacja UAM.

Przedsiębiorstwa: Kompania Piwowarska S.A.; Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.; Wydawnictwo Top Novum, Port Lotniczy Poznań-Ławica sp. z o.o., Concordia Design, TASPOL; Lech Poznań, World trade Centre, Termy Maltańskie.

Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna

Platforma współpracy branży turystycznej z samorządami



- miasta i gminy Metropolii Poznań należące do PLOT
- pozostałe miasta i gminy Metropolii Poznań

Założenia instytucjonalizacji w turystyce na poziomie lokalnym

5 zasad

Założenia instytucjonalizacji w turystyce na poziomie lokalnym

Współfinansowanie

Promocja - Targi

- *IMTM, Tel Aviv, Izrael
- *Ferie for Alle, Herning, Dania
- *Fitur, Madryt, Hiszpania
- *Tour Salon, Poznań
- *ITB, Berlin, Niemcy
- *IMEX, Frankfurt (turystyka biznesowa), Niemcy
- *WTM, Londyn, Wielka Brytania

Dziś 37 tys. zł, 10 lat temu blisko 100 tys. zł.



Promocja – wizyty studyjne

✳ średnio 40 wizyt studyjnych w roku, ok. 120 uczestników – dziennikarze, blogerzy, touroperatorzy, planiści spotkań.

- Wspólne koszty goszczenia. Koszt z budżetu roczny 30 tys. zł, a więc na cały pobyt 1 osoby ok. 250 zł, gdyby płacić za całość to koszt byłby nawet 10 x większy.



Założenia instytucjonalizacji w turystyce na poziomie lokalnym

Współodpowiedzialność

Wsparcie sprzedaży – Poznań za pół ceny

✳ 150 partnerów, ok. 90 tys. sprzedanych usług w długi weekend majowy,

Fajny Poznań za pół ceny

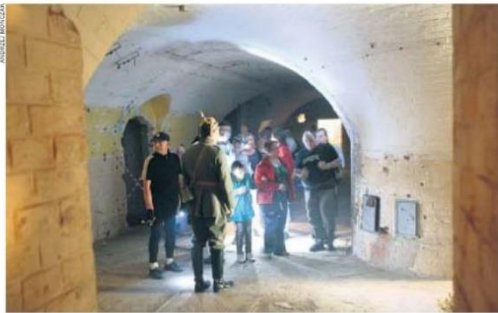
Obłożone restauracje, setki osób zwiedzających zamek, farę i niedostępną na co dzień fort VII na Marcelinie – po raz trzeci odbyła się akcja „Poznań za pół ceny”

Piotr Żmnicki

A czy mieli państwo rozewację? pyta kelnerka w włoskiej restauracji Trattoria Castellana. Nie. Przecież jesteśmy z Gdańska... Chcemyrosa gdzieś, próbuję wyjsnąć głowa trzyosobowej rodziny.

Och, przyskro mi, ale dzisiaj mamy akcję „Poznań za pół ceny” i wszystkie stoliki są już dawno zarezerwowane – odpowiada kelnerka. Turyści wstają i odchodzą. W sobotę nie popołudnie sytuacja powtarza się kilkakrotnie.

Przedkasy restauratorów, by pozostawić część wolnych miejsc. Ale w wielu lokalach i bez rezerwacji ciężko było o wolny stół – rozkłada ręce Jan Mazurczak, szef Poznańskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej, która po raz trzeci zorganizowała akcję „Poznań za pół ceny”. Przed rozpoczęciem z akcji skorzystało 20 tys. osób, turystów i poznaniaków. W tym roku, zdaniem organizatorów, było ich zdecydowanie więcej (dokładną liczbę poznamy za kilka dni, gdy partnerzy akcji wypełnią ankietę). Na czym polega akcja? W weekend restauracje, muzea i hotele ściągają ceny o połowę. I przeżywały obłożenie. W restauracji Pod Pretekstem, gdzie za pół ceny można było zjeść i befsztyk, i kaczkę po poznańsku, udało się nam znaleźć wolny stół. Ale kelnerzy pracy mieli tyle, że tylko na podanie



Jedną z atrakcji „Poznań za pół ceny” było zwiedzanie fortu VII na Marcelinie

karty trzeba było czekać kwadrans. Na dzisiejsze zamówienia – kolejki. Kuchnie nie nadążały z wydawaniem dań. – Byłem w restauracji i zostałem dość sprawnie obsłużony – mówi Jan Mazurczak. – Ale nie można się dziwić, że gdzieś trzeba było czekać. Przed rokiem obroty niektórych restauracji wzrosły pięciokrotnie. A w kuchni pie-

ców i palników tyle samo. Dlatego podpowiadaliśmy restauratorom, by stworzyły specjalne menu z wybranymi daniami. Latwiej wykonać osiem tych samych potraw niż dwadzieścia różnych. Ale „Poznań za pół ceny” to nie tylko promocyjne ceny, ale także atrakcje turystyczne. Za darmo można było zwiedzać przewodnikami tury-

stycznymi dzielnicę zamkową, Stary Rynek i Ostrów Tumski. W tym roku po raz pierwszy przygotowano wycieczkę w języku niemieckim dla zagranicznych turystów. Zapisało się 30 osób z Niemiec. Wycieczki zwiedzały też farę, zamek cesarski, a także niedostępną na co dzień fort VII na Marcelinie. Tylko w sobotę przez fort

przeszło ponad 600 osób. Organizator zwiedzania Przemysław Mackowiak szacował, że do końca dnia będzie ich ponad 1,5 tys. – Dobrze, że fort umożliwia oprowadzanie kilku grup jednocześnie, bo musielibyśmy odsyłać ludzi z kwitkiem. Zainteresowanie jest ogromne. Wskazano, że osób zapisało się już wcześniej. Są stali miłośnicy fortyfikacji. Odwiedzili nas także z Torunia, a jedna para przyjechała specjalnie z Berlina. Wiele osób przyszło, bo w mediach usłyszały o zwiedzaniu fortu. No, nawet panie w szpilkach się pojawiły – opowiadał Mackowiak.

Jan Mazurczak: Weekend po Bożym Ciele jeszcze kilka lat temu był jednym z najgorszych w roku dla hotelarzy i restauratorów. Nie ma niestety ani konferencji, poznaniacy wolą wyjechać z miasta, a nikt nie chciał do niego przyjechać. Dlatego wybrałem ten termin na naszą akcję. I pełną odpowiedzialnością mogę mówić, że to sukces. Chyba nie tylko przekonywać turystów, ale i poznaniaków, bo okazuje się, że mieszkancy gorzej niż turyści oceniają atrakcyjność Poznania. A Poznań to nie tylko Stary Rynek i Stary Browar.

W pierwszej edycji „Poznań za pół ceny” uczestniczyło 30 partnerów, przed rokiem 60, a w tym roku już 120, z czego połowa to kłuby restauracje. Jeśli tempo się utrzyma, to za rok będziemy mieli 240 partnerów. Ale nad tym to już się chyba nie da zapamiętać – uśmiecha się Mazurczak. ☺

11. EDYCJA **POZNAŃ ZA PÓŁ CENY**
28-29.04.2018

noclegi
gastronomia
kultura
rekreacja
turystyka

POZnań*travel
POZNAŃSKA LOKALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

poznanzapolceny.pl

Poznańska Karta turystyczna

* nowa edycja

- Nowe ceny,
- Komis dla członków PLOT.



Wsparcie sprzedaży – kalendarz sprzedaży

- * Kalendarz sprzedaży wraz z prognozą wydarzeń na podstawie danych od organizatorów wydarzeń, MTP i STR.

	A	B	C	D	E
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					
37					
38					
39					
40					
41					
42					
43					
44					
45					
46					
47					
48					
49					
50					
51					
52					
53					
54					
55					
56					
57					
58					
59					
60					
61					
62					
63					
64					
65					
66					
67					
68					
69					
70					
71					
72					
73					
74					
75					
76					
77					
78					
79					
80					
81					
82					
83					
84					
85					
86					
87					
88					
89					
90					
91					
92					
93					
94					
95					
96					
97					
98					
99					
100					
101					
102					
103					
104					
105					
106					
107					
108					
109					
110					

Założenia instytucjonalizacji w turystyce na poziomie lokalnym

Współdecydowanie,
transfer know-how

Promocja - Warsztaty

✳ **udział w warsztatach z branżą turystyczną:** Izrael (Tel Awiw), TBEX Ostrava , Meeting Planner Fast Date Destination Day.

- możliwość przekazania materiałów na indywidualne warsztaty z biurami podróży i blogerami,
- dostęp do bazy kontaktów, z którymi PLOT spotykał się bezpośrednio,
- wpływ na dobór warsztatów.

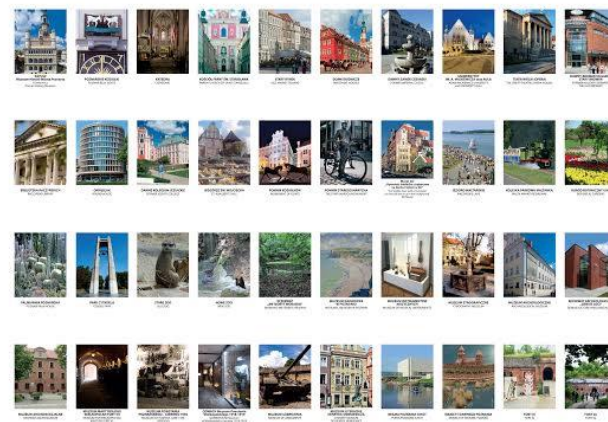


Promocja – nowe standy

- * nowa identyfikacja standów na ulotki i foldery,
- bezpłatne standy na wizytówki przy recepcji oraz standy na ulotki do pokoi,
- możliwość otrzymania dodatkowych formatów wydawnictw.



POZnań.travel
POZNAŃ TOURISM ORGANISATION



Promocja – sprzedaż wydawnictw/pamiątek,

* promocja poprzez sprzedaż

- Wysokie rabaty dla członków PLOT,
- Bezpłatne egzemplarze,



Jan Mazurczak @jMazurczak · 3.10

Wiara! Idzie szparać bejmy! Poznańska Karta Turystyczna taniej!
#poznan #weekend tnij.org/h4w812t



Konkursy



WIN A WEEKEND GETAWAY IN POZNAN, POLAND

OFFER

We would like to invite you to join us in celebrating the power of Polish cinema and have a chance to win* a getaway weekend for two in Poznań, to get a taste of Poland that you have seen in the films - enchanting and intense (direct economy flights from London, accommodation in Hotel Mercure Poznań Centrum and local public transport tickets included).



Obserwowany

POZNAŃ: GUIDE to POLAND's most COLORFUL city @CityOfPoznan
@cimpoznan @poz_airport #wegotopoland #poznan



POZNAŃ: GUIDE to POLAND's most COLORFUL city
 Click to subscribe ► <http://bit.ly/1s13CBZ> FACEBOOK
 ► <http://www.facebook.com/theuwagapies> TWITTER ►
<http://twitter.com/theuwagapies> TUMBLR ► <http://theuwagapi...>
youtube.com



Poland Travel (

@polandtravel_uk_ie)

Win a weekend for 2 in #Poznan . Buy online at least 1 ticket to #London #Kinoteka2017 screening in Regent Street Cinema London & use #WEGOTOPOLAND promo code kinoteka.org.uk/offers/weekend-gateway-in-poznan #igerslondon #londyn #polesinuk #travel #poznan #wielkopolska #Poland

Poland Travel

Upplev Poznan - Tävlning



Poznań är en av Polens största städer. Den är belägen i landets västra del och är ett viktigt handels-, ekonomiskt, kulturellt och akademiskt centrum. De nästan 130 000 studenterna till staden är ett av de största i Polen och är även en stor järnvägsnod. Rum och upplevelser som föreslås och erbjuds av oss är medvetet utvalda för att ge dig en unik upplevelse.

Den gamla marknadsplassen och dess omgivning är bland de mest intressanta platserna att besöka i Poznań. Det vackra slottet med de berömda murarna och de gamla husen, charmiga krogarna, kyrkorna, museerna, parkerna, kaféerna och till och med på gatorna skapar en unik atmosfär.

Katolska Katedralen i Poznań är den största delen i Poznań. Det var här man först besökte sig på 900-talet under Pjast-dynastin. Man kan besöka Polens största katedral och se del av katedralens historia i Poznań som är tillägnad Polens största begravningar. De riktiga besöksplatserna med en omfattande katedral, kyrkorna, kulturen och de gamla husen.

Om man vill shoppa kan man besöka Stary Browar i byråerna i Poznań. Här finns byggnader från 1800-talet. Överallt i staden finns det platser för historiska byggnader och en mängd skulpturer och varelser på minnen från byggnaderna. Det finns också konstverk, smidda plåtar och teater. Stary Browar har 160 fönster, bland annat som världens största shoppingcentrum i katedralen för medeltida byggnader (International Council of Shopping Centers 2005).

Gå in på hemsidan nedan eller till mer information på hemsidan.

poznan.travel

Du kan ha tur och få besöka Poznań själv om du vinner tävlingen nedan. Svart på frågorna så kan du vinna en weekendresa för två, inklusive logi och frukost i en juniorkvart på IDS Andersia Hotel samt flyg tur och retur från Sverige till Poznań. IDS Andersia Hotel är modernt och är bekvämt beläget. Hotellet har ett avkopplande spa, gourmetrestaurang och ett konferenscenter. Mer information finns på AndersiaHotel.pl



Wsparcie sprzedaży – promocja skandynawska

- * możliwość zamieszczenia dedykowanych ofert na landing page'ach w reklamowanych językach,,
- * całoroczna kampania,

Helg i Polen – Velge Poznan

Reklama goy.poznan.travel

Besøke Poznan for helgen. Poland for beginners: history, shopping, culture

Helg i Polen – Välj Poznań

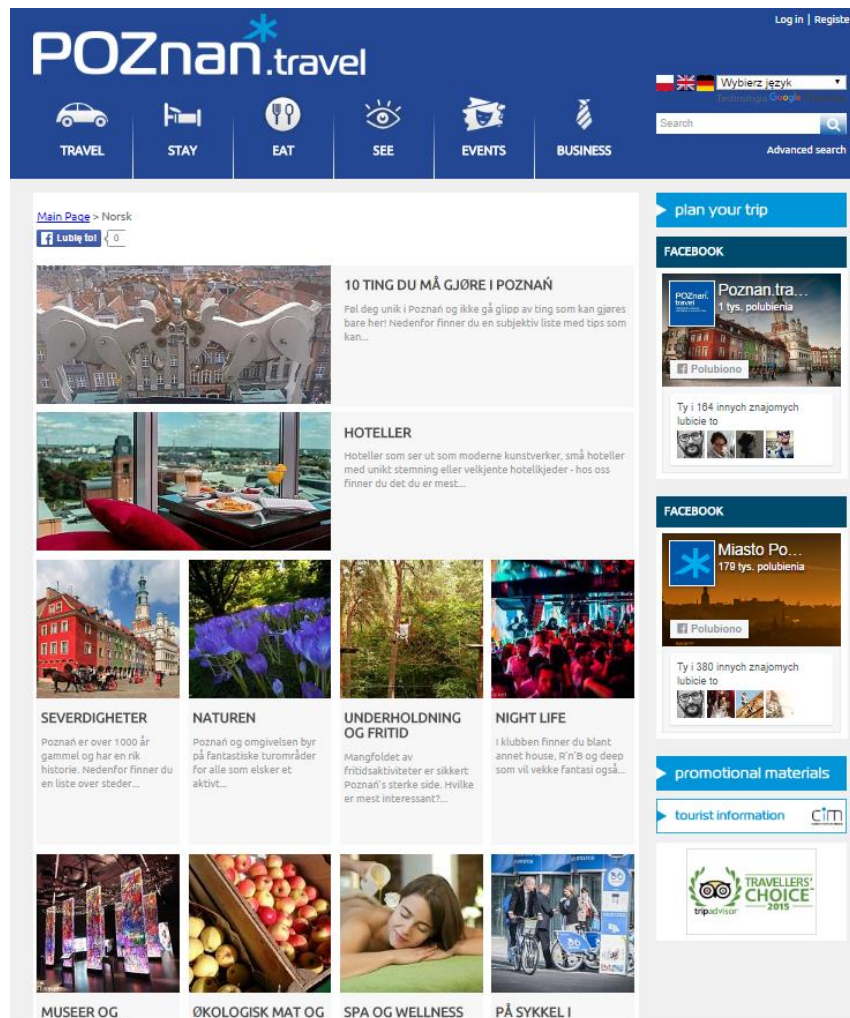
Reklama kul.poznan.travel

Besök Poznań till helgen. Polen för nybörjare: historia, shopping, kultur

Weekend i Polen – Vælg Poznan

Reklama cool.poznan.travel

Besøge Poznan for weekend. Polen for begyndere: historie, shopping, kultur



Założenia instytucjonalizacji w turystyce na poziomie lokalnym

Integracja,
edukacja,
wiedza

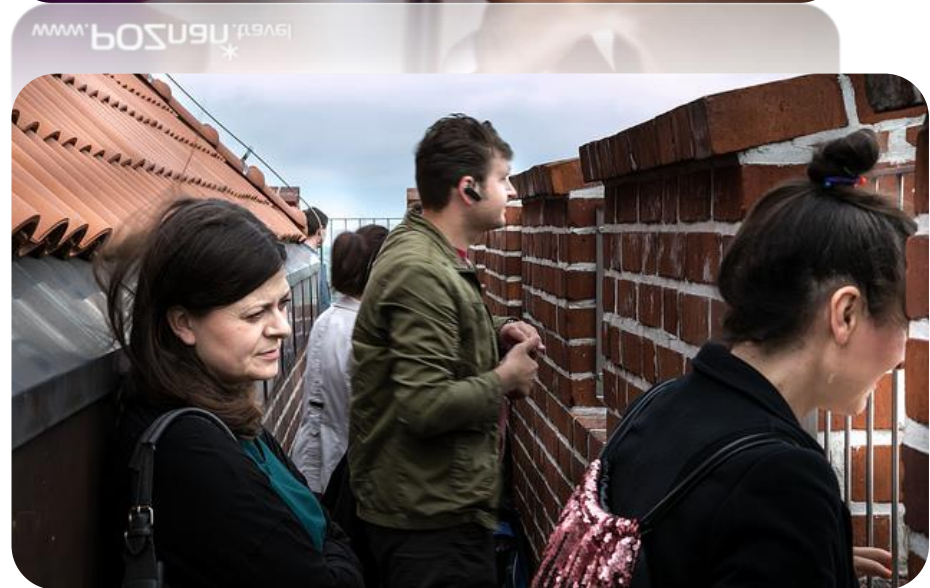
Szkolenia / integracje

- * cykliczne szkolenia dla pracowników pierwszego kontaktu: recepcje, straż miejska, kelnerzy, taksówki,
- * zapraszanie przewodników miejskich/ pracowników IT.



Wizytacje

✦ zwiedzanie nowych atrakcji turystycznych, obiektów, przestrzeni



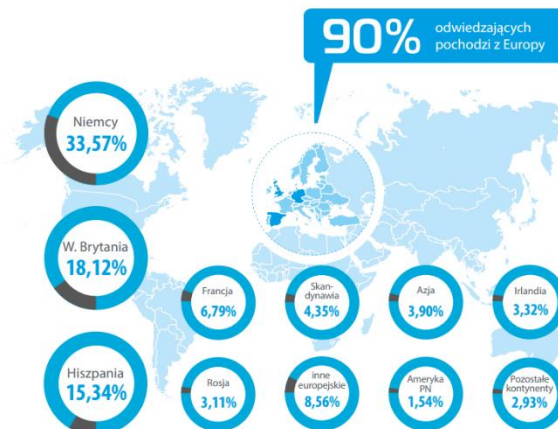
Dobre praktyki

- * wycieczki,
- * konsultacje,
- * współpraca w ramach ECM (karta turystyczna, opłata lokalna, itp.)



Badania – barometr turystyczny

- * pierwszeństwo w otrzymywaniu danych statystycznych PLOT, GUS i STR,
- * drukowany raport,
- * dostęp do wyników badań ankietowych.



Założenia instytucjonalizacji w turystyce na poziomie lokalnym

Rekomendacja

Certyfikacja

Certyfikacja Atrakcji Turystycznych Powiatu
Poznańskiego 2018 – edycja pilotażowa, 41 zgłoszonych
obiektów, 32 uzyskały certyfikację, wsparcie promocyjne)



POWIAT POZNAŃSKI
rekomendowana
atrakcja turystyczna



Działalność punktów Informacji Turystycznej PLOT:

- kompleksowe udzielanie informacji na temat atrakcji turystycznych Poznania, Metropolii Poznań oraz Regionu Wielkopolska,
- sprzedaż gadżetów promujących Poznań i Metropolię Poznań (m.in. kubki, koszulki, torby, magnesy, pocztówki, gry planszowe), publikacji (mapy, albumy, przewodniki, książki), Kart Turystycznych, usług przewodnickich, znaczków pocztowych, biletów papierowych i elektronicznych na komunikację miejską (w tym edycja kolekcjonerska karty PEKA z okazji 100. rocznicy odzyskania niepodległości przez Polskę,



Wsparcie sprzedaży – weekend w Poznaniu

- * dedykowana strona [www](http://www.weekendwpoznanu.pl),
- * kampanie on-line,
- * gazetka sprzedażowa razem z Gazetą Wyborczą w 6 polskich miastach: Warszawa, Łódź, Wrocław, Bydgoszcz, Toruń, Szczecin.



DOBRANOC

Sheraton Poznań Hotel **** pok. 2os. / noc od 259,-	Hotel Vivaldi **** pok. 2os. / noc od 184,-
PURIO Hotel **** pok. 2os. / noc od 279,-	Hotel NH Poznań **** pok. 2os. / noc od 269,-
Novotel Malta *** pok. 2os. / noc od 189,-	IBIS Poznań Centrum ** pok. 2os. / noc od 138,-

POZnań*

WEEKEND POZNANIU

Lukusowy hotel, a może hostel na kulin? Wybierz dla siebie najlepszy nocleg na weekend i odpocznij w Poznaniu! Sprawdź oferty na stronie: www.weekendwpoznanu.pl

Mercure Poznań Centrum **** pok. 2os. / noc od 229,-	IBB Andersia Hotel **** pok. 2os. / noc od 300,-
Novotel Centrum **** pok. 2os. / noc od 211,-	Hotel HP Park *** pok. 2os. / noc od 189,-
Soda Hostel łóżko w pok. 4 os. / noc od 49,-	Blooms Hostel łóżko w pok. 8 os. / noc od 28,-

www.weekendwpoznanu.pl

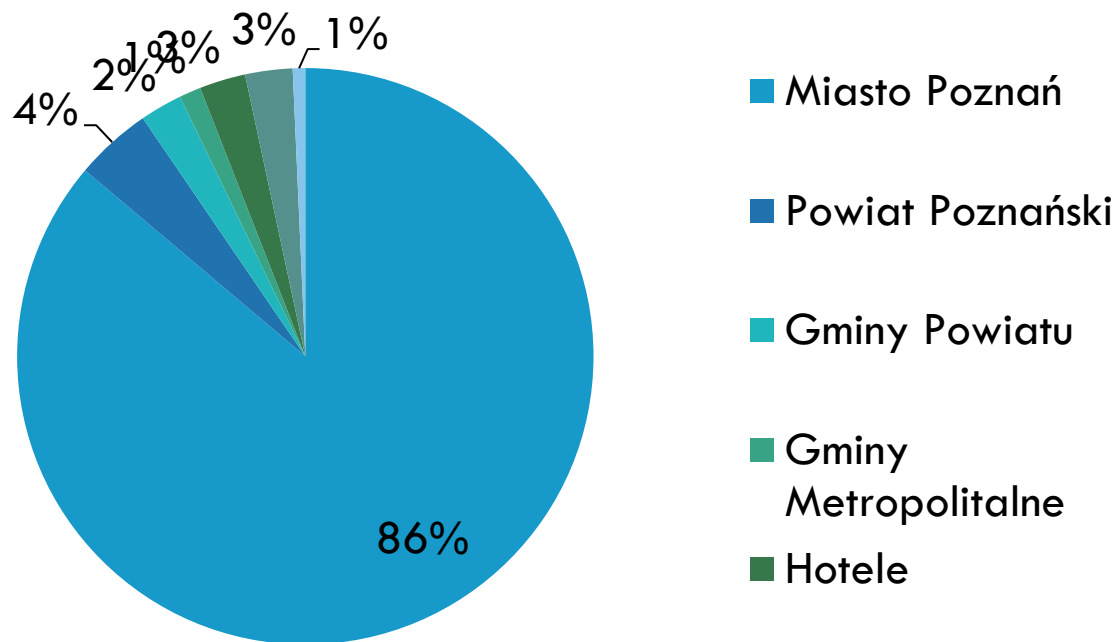
Efekt?

✦ European Capital of Smart Tourism – top 10 jako jedyne miasto z Polski



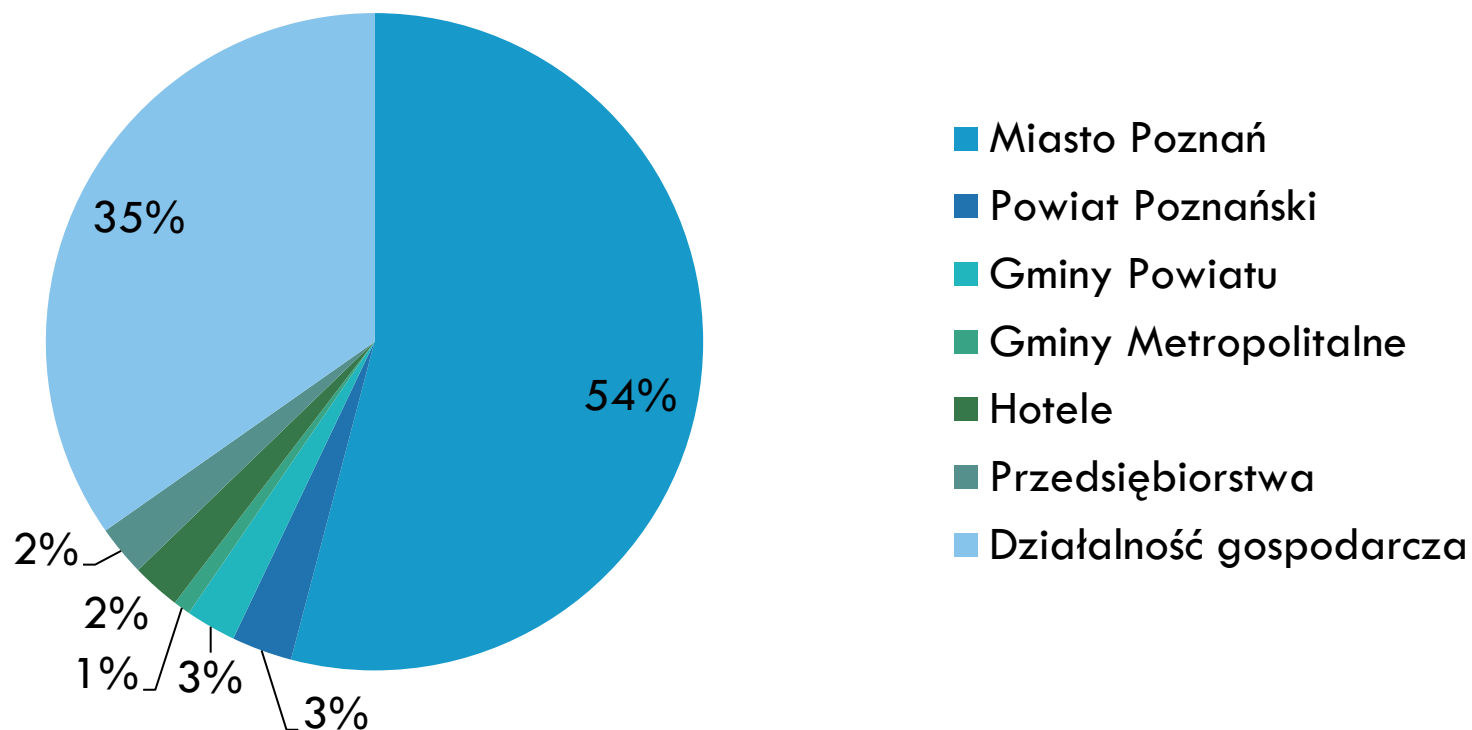
SKŁADKA CZŁONKOWSKA

- UDZIAŁ MIASTA OD 40 % DO 86 % WRAZ Z NOWYMI KOMPETENCJAMI



BUDŻET

2019
2,3 mln zł



Dziękujemy za uwagę!

Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna
pl. Kolegiacki 17, 61-841 Poznań
tel.: +48 61 878 5696

j.mazurczak@plot.poznan.pl

facebook.com/PoznanskaLokalnaOrganizacjaTurystyczna

